



Comunicació i desenvolupament a la Mediterrània

Olga Del Rio
(Editora)

Comunicació i desenvolupament a la Mediterrània

Comunicació i desenvolupament a la Mediterrània

Materials de formació pel:

**Master Europeu d'Especialització Professional Mediació
Intermediterrània: inversió econòmica i integració
intercultural- MIM**

**Diplomatura de Postgrau en Comunicació, Cooperació
Internacional i Mediació Intercultural**

**Master de Recerca del Departament de Periodisme i
Comunicació de la UAB**

Olga Del Rio
(Editora)

Jamil Azar

Dardo Gómez

Olga Del Rio

Carles Llorens

Montserrat Minobis

Juan Montabes

Valentina Saini

Joan Manel Tresserras

Teresa Velázquez

Comunicació i desenvolupament a la Mediterrània

ISBN – 10 84-695-7847-2

ISBN – 13 978-84-695-7847-6

Dipòsit Legal

DL B. 13232-2013

Editat a Barcelona, abril 2013

EDITA

Observatori Mediterràni de la Comunicació (OMEC) - 2013

Universitat Autònoma de Barcelona.

Facultat de Ciències de la Comunicació.

Edifici I, Campus Bellaterra

08193 Bellaterra, Cerdanyola del Vallés (Barcelona)

Tel. +34 935813160

e-mail ob.mec@uab.cat

WEB OMEC <http://omec.uab.cat/catala.php>

Amb el suport de:



Presentació

Aquest material és el resultat de les aportacions realitzades per ponents i docents que han participat en el I i II *Seminari Internacional sobre Comunicació, desenvolupament i drets humans a la Mediterrània* - organitzats per l'OMEC-, i com a docents del Master Europeu “Mediació Intercultural: inversión económica i integració cultural a la Mediterrània – MIM”.

Aquesta publicació ha estat possible gracies al suport de la Fundació Autònoma Solidària de la Universitat Autònoma de Barcelona i dels autors i autores.

Índex

- 8** *Jamil Azar, Introudcing Al Jazeera*
- 17** *Dardo Gómez, La propiedad de la información: la vulneración diaria*
- 30** *Olga Del Río, Haciendo camino al andar: líneas de acción para políticas públicas de comunicación para el desarrollo*
- 43** *Carles Llorens , Comunicació i cooperació al desenvolupament a la Mediterrània*
- 50** *Montserrat Minobis, Cooperación de género y comunicación*
- 58** *Juan Montabes, Autoritats reguladores a la Mediterrània*
- 70** *Valentina Saini, Between change and resistance: Analysis of the islamist parties coverage by the Egyptian and Moroccan media before and after the arab spring*
- 111** *Joan Manel Tresserras, Comunicació i cultura a la Mediterrània*
- 127** *Teresa Velázquez, Las relaciones Inter mediterránea en la información de la televisión de la región. Actores institucionales y narrativos*

Introducing Al Jazeera¹

Jamil Azar

Periodista a la BBC de Londres (1966-1996) i un dels fundadors d'Al-Jazeera.

En primer lloc m'agradaria agrair a l'Associació de Periodistes de Catalunya i l'Observatori Mediterrani de la Comunicació per convidar la xarxa d'Al-Jazeera a aquest Seminari Internacional i per la càlida acollida i la generositat que hem rebut. També és un honor i un plaer representar Al-Jazeera a aquest fòrum i reunir-nos amb col·legues per intercanviar idees i discutir un tema cada vegada més important: el dret a la informació i la comunicació, que és digne de tots els esforços per avançar en la millora dels drets humans; uns àmbits que com nosaltres, viuen les conseqüències dels avenços tecnològics i els avenços en el camp de la comunicació de masses.

Molt s'ha escrit sobre Al-Jazeera des del seu llançament l'1 de novembre de 1996. En un escenari salvatge i horrible a l'Orient Mitjà, el canal mare va veure la llum.

¹ (text en català i anglès)

Salvatge i horrible quan es pensa en el que ve succeint a Palestina, Iraq, Algèria, Sudan i altres parts del món àrab. Va ser un fenomen sense precedents en la història dels mitjans àrabs, distingit i diferent en comparació amb les eines de propaganda estatals dels països àrabs, i amb canals famosos dels mitjans de comunicació internacionals de més llarga tradició. Ens vam proposar generar una diferència per al públic que tradicionalment havia estat dependent de fonts no àrabs d'informació. Per això vam escollir com a lema: “L'opinió i l'opinió dels altres”, un compromís i un contracte amb l'audiència. En els sistemes de govern tribals i totalitaris, hi ha una única i absoluta opinió, que és del règim o el líder tribal. Oferir una plataforma per l'altra opinió a través d'un mitjà de notícies i informació, des d'un estat àrab relativament petit en extensió i població, hauria de ser revolucionari.

El nostre compromís amb el lema va impactar en tots els fronts: polític i social, regional i internacional. El canal va resultar ser un èxit entre els televidents àrabs a la seva terra natal i a l'estranger. De fet, el nostre patrocinador de l'emirat de Qatar, el xeic Hamad Bin Khalifa Al Thani, ha estat el visionari darrere de la creació d'aquest canal i ens ha estat donant suport econòmicament i moralment, i seguirà fent-ho, va dir, mentre nosaltres, com a periodistes, continuem fent la nostra feina professionalment.

Des del principi hem rebut les protestes dels règims intolerants amb els altres, des que vam començar a transmetre notícies d'una manera desconeguda abans

en els mitjans de comunicació àrabs. Fins i tot en termes d'estil i vocabulari Al-Jazeera semblava parlar d'una altra manera. Els títols honorífics han desaparegut quan es cita, aborda o es refereix a un monarca, president, primer ministre o qualsevol altre funcionari, en contra del que s'ha vingut fent en els mitjans locals. No hi va haver majestat, excel·lència, eminència... etc. Als líders de l'oposició i fins i tot als polítics israelians se'ls ha donat el mateix temps i oportunitat d'exposar la seva versió dels fets. Parlar de temes tabú va ser el pic d'audàcia i va trencar el motlle de la repressió dels estats sobre les fonts d'informació. Ens cenyim als principis periodístics de precisió, equilibri i imparcialitat que es van convertir en part de les nostres normes editorials, igual que a qualsevol altre procediment internacional independent i professional. Apliquem aquests principis als nostres butlletins de notícies cada hora i als nostres programes de debat que han estat informatius, penetrants i amplis, ja sigui en els àmbits local, regional o internacional. Amb la credibilitat aconseguida en un curt període de temps, aquests programes es van convertir en una plataforma per a la participació del públic amb trucades directes per telèfon, i sense cap tipus de censura, ni tan sols un mecanisme de demora. Hem ocupat una posició única que influeix en l'opinió pública i hem adquirit el paper d'un canal pan-aràbic per a les masses, però que no parla per cap estat, govern o grup.

Sota els mateixos principis que discutim qüestions emotives, des de Palestina, Iraq, Sudan, Somàlia, Algèria

o el Sàhara Occidental; fins als drets de les dones i els grups minoritaris, i fins i tot les pràctiques dictatorials dels règims àrabs i la quasi absència dels drets humans en la majoria dels casos.

Després d'haver sentit la calor d'aquests efectes, alguns governs l'han contrarestat amb l'establiment de canals via satèl·lit amb programes similars als nostres en el format, però amb una substància de menys qualitat, ja que no tenien l'ampli marge de llibertat amb el que Al-Jazeera estava operant.

El canal mare es va anar desenvolupant en una xarxa: Al-Jazeera Sport, Al-Jazeera Documentary, Al-Jazeera Directe, Al-Jazeera English, Al-Jazeera Centre de Capacitació i Desenvolupament, Al-Jazeera. Net (en àrab i anglès) i el Centre d'Estudis Al-Jazeera. A causa de la mida de l'expansió del paisatge i els nous mitjans creats per les noves plataformes que entren en joc en la transmissió d'informació i la comunicació, ens embarquem en un projecte que anomenem Al-Jazeera amb múltiples plataformes (TV, Internet, telèfons mòbils i altres dispositius), i amb la nostra xarxa multicanal el nostre objectiu és ser capaços de parlar al públic i interactuar amb la gent mitjançant el lliurament de contingut en qualsevol lloc i en qualsevol moment, i que permeti connectar-se amb només un click a l'e-banc, e-pay, e-shop, i correu electrònic, e-comunicació, e-publicitat, distribuir correu, e-aprenentatge i la llista d'adaptació a les "eeee" que es va allargant a mesura que compartim, juguem, veiem, ens socialitzem, i així

successivament per a tots els aspectes de la vida diària. Això no és només per preservar el nostre paper com una xarxa de mitjans de comunicació a l'Orient Mitjà, sinó també per proporcionar un servei el més àmpliament possible pertinent a les necessitats dels nostres clients.

First of all I would like to thank The Journalists Association of Catalonia and the Mediterranean Observatory of Communication for inviting Aljazeera Network to this International Seminar and for the warm welcome and generosity we have received. It is also my honour and pleasure to represent Aljazeera in this Forum and meet with colleagues to exchange ideas and discuss such an increasingly important subject: the Right to Information and Communication, which is worthy of every effort to advance this basic of human rights as we live the consequences of the technological developments and advances made in the field of mass communications.

It was suggested to me to spend five to seven minutes on introducing my establishment and fifteen minutes on my presentation. This is a generous offer, but I shall try to be economical to allow more chance for question time.

A lot has been written about Aljazeera since its launch on 1 November 1996. Into a scene of wild and horrific landscape in the Middle east the *mother Channel* came into being. Wild and horrible when you think of what has

been happening in Palestine, Iraq, Algeria, Sudan, and other parts of the Arab World. It was a phenomenon with no precedent in Arab media history, distinguished and distinctive when compared with Arab state propaganda tools, and with famous channels of the long established international media. We set out to make a difference for the audience long dependent on non-Arab sources of information. To achieve this we made our Motto: “The Opinion and The Other Opinion” a commitment and a contract with audience. In tribal and totalitarian political systems of government there is the one and only opinion and that is of the regime or tribal leader. To give a platform for the Other Opinion by a medium of news and information from an Arab state, and a relatively small one in area and size of population, was going to be revolutionary.

Our commitment to the Motto impacted on all fronts: political and social, regional and international. The Channel proved to be a hit among Arab viewers in their homeland and abroad. In fact, our sponsor the Emir of Qatar, Sheikh Hamad Bin Khalifa Al Thani, has been the visionary behind establishing this Channel and has been supporting us financially and morally, and would continue to do so, he said, as long as we, as journalists, continued to do our job professionally.

From the beginning we had protests from regimes intolerant of the Other as we started to relay news in a way unknown before in the Arab media. Even in terms of style and vocabulary Aljazeera seemed to talk

differently. Honorific titles have disappeared when mentioning, addressing or referring to a monarch, president, prime minister or any other official contrary to what has been the case in local media. There was no His/Her majesty, excellency, eminence etc. Opposition figures and even Israeli politicians have been given equal time and opportunity to put their side of the story. Discussing taboo issues was the peak of daring and broke the mold of state oppressive hold on the sources of information. We stuck to journalistic principles of accuracy, balance and fairness which became part of our editorial standards equal to any other independent and professional international media. We applied these to our hourly news bulletins and our discussion programs which have been informative, penetrating and comprehensive whether about local, regional or international issues. With credibility established over a short period of time, these programs became a platform for public participation with live phone-ins and no censorship, not even a delay mechanism. We have occupied a unique position impacting on public opinion with an acquired role of a pan Arab channel for the masses but not speaking for any state, government or group.

Under the same principles we discussed emotive issues, from Palestine, Iraq, Sudan, Somalia, Algeria, and the Western Sahara to the rights of women and minority groups and even the dictatorial practices of Arab

regimes and the near absence of human rights in the majority of cases.

Having felt the heat of that impact, some governments countered by establishing satellite channels with programs similar to ours in format; but the substance was of lesser quality as they lacked the wide margin of freedom in which Aljazeera was operating.

The one Channel developed into a network: Aljazeera sports, Aljazeera Documentary, Aljazeera Direct, Aljazeera English, Aljazeera Centre for Training and Development, Aljazeera. Net (Arabic and English) and Aljazeera Centre for Studies. Because of our realization of the expanding extent of the New Media landscape created by the new platforms coming into play in delivering information and communication we embarked on a project we called AljazeEra with multi-platforms (TV, Internet, Mobile phones and other devices), and with our multi channel network we aim to be able to speak to audiences and to interact with people by delivering content anywhere and anytime and to connect to those who are enabled to click to e-bank, e-pay, e-shop, e-mail, e-communicate, e-advertise, e-publish, e-distribute, e-learn and the list of eees is lengthening all the time as we share, play, view, conference, socialize, and so on for every aspect of daily living. This is not only to preserve our role as a leading media network in the Middle east, but also to provide a service as comprehensively relevant as possible to the needs of our customers.

I hope that this brief was an informative introduction of Aljazeera's past and future thinking. Now I turn to our main subject with the hope that I shall not have talked too much in one stretch. This is not going to be an academic paper but a personal contemplation and reflection on the state of human rights including the right to information and communication within the Med Partnership.

La propiedad de la información: la vulneración diaria

Dardo Gómez

Dardo Gómez és Secretari General de la Federació de Sindicats de Periodistes. Ha treballat com a periodista, sobretot a revistes especialitzades

“La información constituye un derecho fundamental reconocido como tal por el Convenio europeo de los derechos humanos y las Constituciones democráticas, cuyo sujeto o titular son los ciudadanos, a quienes corresponde el derecho de exigir que la información que se da desde el periodismo se realice con veracidad en las noticias y honestidad en las opiniones sin ingerencias exteriores, tanto de los poderes públicos como de los sectores privados.” (Código Europeo de Deontología del Periodismo del Consejo de Europa. Artículo 8. 1de julio de 1993)

“Toda persona es titular del derecho a la libre expresión de pensamientos, ideas y opiniones y a la libre comunicación y recepción de información veraz. Más allá de la comunicación interindividual, la comunicación pública requiere de la mediación de empresas informativas e informadores profesionales. Cuando el derecho a informar que a todos se reconoce se ejerce de modo habitual y profesional queda cualificado con una función social: el derecho se convierte en

deber de informar al servicio del derecho del público a ser informado.” (Proyecto de Ley de Estatuto del Periodista Profesional. Congreso de los Diputados)

Desde hace ya años estamos viendo como el progresivo macro desarrollo mediático ha ido modificando las relaciones entre la ciudadanía y los medios de comunicación y lo más preocupante es que la creciente penetración de los grupos mediáticos y sus formas de producción están atentando contra el derecho a la información.

Este desarrollo de la empresa de medios tiene que ver con los desarrollos tecnológicos pero el actual tratamiento de la información no es una consecuencia de ellos; estas herramientas solo han posibilitado la más rápida y eficaz construcción de macromedias.

La clave de la nueva relación viene determinada por la mutación en el perfil de su negocio. Esa mutación ha significado el final del negocio de la información y su reemplazo por el negocio de la comunicación.

En los medios de titularidad privada, la información ha pasado a ser un recurso más al servicio de los intereses políticos y económicos, casi siempre opacos, de los grupos mediáticos.

En los medios de titularidad pública ha ocurrido algo similar. Los gobiernos han creado sus propias multimedia; en teoría para cumplir con su obligación de informar a la ciudadanía de sus actuaciones. En la

práctica, como una herramienta de propaganda de sus intereses. Esto no significa que toda la información que recibimos esté trucada o distorsione; la mayoría de la información que recibimos responde a pautas de calidad aceptables e, incluso, podemos recibir piezas de gran calidad. Sin embargo, no suele ocurrir así cuando esa información afecta a aspectos fundamentales de los intereses de las empresas o de los gobiernos o cuando entienden unos y otros que deben escoger entre satisfacer al público o informar de manera veraz.

Un mal asumido

Esta frecuente vulneración de un derecho fundamental de la ciudadanía parece haber sido asumida por esta como una enfermedad endémica e incurable ante la cual solo cabe la resignación; una resignación sobrevenida por el desconocimiento de su derecho a reclamar una información de calidad.

Esta actitud viene fomentada tanto por los poderes de gobierno como por los medios mediáticos; ambos ocultan a la ciudadanía que ella es la propietaria de la información. Los gobiernos lo hacen por desidia e ignorancia; los medios, porque se creen los propietarios de un derecho que nadie les ha otorgado.

En resumen, la ciudadanía desconoce que los medios y los periodistas solo actúan por delegación y como intermediarios de un derecho y que, por lo mismo, están obligados a ser rigurosos en el tratamiento de esa propiedad que no les pertenece. Algo que la ciudadanía

tiene el derecho de reclamar y que los gobiernos tienen la obligación de garantizarle.

Esa resignación de la ciudadanía, sin embargo, no es pasiva o sin consecuencias; tanto los medios como los periodistas son conscientes del marcado descenso de su consideración social.

Por otro lado, en las encuestas y estudios realizados entre la profesión, por lo menos en España, aflora que los periodistas se sienten coartados en su tarea de informar y que gran parte de la presión que reciben sobre su independencia profesional proviene de sus propios editores.

Sin embargo, este descrédito de los medios entre el público no sirve para amortiguar el daño que este deterioro de la información produce sobre la formación de criterios entre los ciudadanos.

Como una suerte de “gota malaya”, la mala información supera la prevención reflexiva del receptor y penetra en la opinión pública generando, en muchos casos, graves traumas sociales.

Traumas que atentan contra la democracia de los estados, que promueven el odio entre los pueblos, que incitan a la discriminación religiosa, a la intolerancia social y que fomentan o disculpan actitudes xenófobas.

A este respecto es bastante elocuente el Informe Frontera Sur 1995-2006: 10 años de violación de los derechos humanos de la Federación de Asociaciones

SOS Racismo del Estado Español que entre sus conclusiones sobre el tratamiento del hecho migratorio por los medios de comunicación señala que este “no puede ser más deficiente y poco consciente de las consecuencias que produce, por ejemplo, al señalar la nacionalidad o la etnia de las personas que cometen algún tipo de hecho violento o suceso” y solicita “mayor responsabilidad y ética, para evitar que se instalen en la sociedad estereotipos que puedan desembocar en actos racistas o xenófobos.”

La función de informar

Gran parte de estos daños se derivan de la falsa concepción que alientan los medios y tienden a creer algunos periodistas sobre la función de informar; con frecuencia creen que es su tarea controlar a los poderes públicos o que entre sus funciones está la de representantes de la opinión pública.

Como ya advertía la Asamblea Parlamentaria del Consejo de Europa:

“Sería erróneo (...) deducir que los medios de comunicación representan a la opinión pública o que deban sustituir las funciones propias de los poderes o entes públicos o de las instituciones de carácter educativo o cultural (...) Ello llevaría a convertir a los medios de comunicación y al periodismo en poderes o contrapoderes sin que al propio tiempo estén dotados de la representación de los ciudadanos o estén sujetos a los controles democráticos propios de los poderes públicos, o posean la especialización de las instituciones culturales o educativas correspondientes.

Por tanto, el ejercicio del periodismo no debe condicionar ni mediatizar la información veraz o imparcial y las opiniones honestas con la pretensión de crear o formar la opinión pública, ya que su legitimidad radica en hacer efectivo el derecho fundamental a la información de los ciudadanos en el marco del respeto de los valores democráticos. En este sentido, el legítimo periodismo de investigación tiene su límite en la veracidad y honestidad de informaciones y opiniones y debe ser incompatible con campañas periodísticas realizadas desde tomas de posiciones previas e intereses particulares.”

Evidentemente, esto no implica que los medios no puedan emitir opinión o mantener, incluso, campañas de divulgación de un ideario; pero estas difusiones no se deben realizar confundiendo opinión con información e induciendo al engaño a sus lectores, escuchantes o televidentes.

Casos tipo

Los ejemplos abundan, pero me referiré a unos pocos.

En un pasado Encuentro de Periodistas del Estrecho, el corresponsal de un gran medio español, destacado en un país del norte africano, explicaba que una de sus primeras tareas diarias era comunicar a los colegas de ese país, que él no había remitido la información que su diario, desde Madrid, le atribuía.

Durante la pasada invasión de Irak la Fox TV, del grupo Murdock, se alineó a favor de esa acción de guerra, una decisión editorial que puede ser tan discutible como

otras; pero veamos los resultados del tratamiento que se dio a esa la información.

Una encuesta del Programa sobre Actitudes de Política Internacional

(PIPA), de octubre de 2003, arrojó que el 33% de los televidentes de Fox creía que se habían encontrados armas de destrucción masiva en Irak, el 35% opinaba que la opinión pública mundial había estado a favor de esa invasión y el 67% creía que se habían hallado vínculos entre Irak y Al-Qaeda.

En junio de 2007, ante las denuncias del embajador venezolano, el diario El País se vio obligado a publicar en su web que *"lamenta el error, que se ha producido por un fallo en los mecanismos de control que se aplican a todas las informaciones que llegan a Yo, periodista"*; la noticia no filtrada acusaba a partidarios del Gobierno venezolano del asesinato de la estudiante Andreina Gómez en una manifestación a la cual ella no había asistido.

El pasado junio el periodista Pedro Armendáriz publicaba en Clarín de Buenos Aires de un diario madrileño "vuelve a superar sus marcas en cuanto a brindar a sus lectores pésima información sobre la realidad latinoamericana". Se refería al artículo "La labia de Morales aísla Bolivia" y acusaba a este medio de actuar en defensa de sus intereses económicos en aquel continente, intoxicando las relaciones entre los países de aquel entorno en vísperas del estudio de importantes tratados entre ellos.

Durante y desde la invasión de Israel a Gaza de diciembre 2008 a enero 2009, los medios de comunicación han informado con frecuencia que su objetivo era el cese de los ataques con cohetes de Hamas.

Aunque la investigación y el informe de Richard Goldstone ha cuestionado esa causalidad, la referencia a este informe en los medios de comunicación convencionales ha sido escasa en España, y organizaciones como la Arab Media Watch en Gran Bretaña afirman con más contundencia esta misma deficiencia en la prensa británica.

Estos tratamientos de la información asientan en España la imagen de que determinados gobiernos extranjeros son corruptos, dictatoriales o incapaces y sus gobernados sumisos e ignorantes.

En muchos casos vemos como crece el rechazo hacia aquellos países donde los cambios políticos ya no permiten a las multinacionales españolas continuar haciendo negocios libérrimos sin cortapisas legales.

Seguramente, el conocimiento público del entramado de las empresas accionistas de los grupos mediáticos serviría en mucho para entender las razones del sesgo de ciertas informaciones.

Desinformación minuto a minuto

En los casos anteriores esa manipulación informativa parece responder a una política editorial; el medio

defiende sus intereses y sus periodistas aprenden lo que no deben decir y lo que es aconsejable remarcar.

Sin embargo, en muchos otros casos la mala información es consecuencia de un sistema de producción que no tiene capacidad para verificar la información que recibe y actúa como simple correa transmisora de lo que le aportan las grandes agencias mundiales. Todas ellas cortadas por el mismo patrón del pensamiento único.

Es cierto que las nuevas tecnologías nos ofrecen la oportunidad de contraponer otras fuentes; pero la mayoría de los medios no las consideran fiables o los periodistas no tienen tiempo para consultarlas.

Aunque es cierto que muchos periodistas son infieles a la doctrina de la empresa y como francotiradores de la veracidad periodística, cuando pueden, cuelan buena información sobre ciertos temas.

Otras veces los posicionamientos son oportunistas y sólo responden a la necesidad inmediata de la empresa o del grupo de ganar algún espacio del mercado. De lo que se dice hoy, mañana se dirá lo contrario. La lucha por la televisión digital librada en España es un claro ejemplo.

Otras veces, esa manipulación responde al simple temor del medio a perder público, esto lo impulsa a elaborar información que satisfaga las apetencias del lector, aunque estas apetencias sean éticamente inaceptables o peligrosas.

En otros casos, se tiende a convertir la información en entretenimiento o en espectáculo y a bajar la calidad de sus productos; minimizando lo esencial o convirtiéndolo en mera anécdota. Una tarea a la que suelen contribuir los directores que ceden a las exigencias de los gerentes y accionistas de cortas miras. Así es como han desaparecido de España las llamadas revistas de opinión.

Los periodistas también

Es cierto que los periodistas tenemos nuestra cuota en la tarea de desinformar; pero en la mayoría de los casos obedecemos a pautas impuestas o a la falta de recursos técnicos y humanos.

El actual marco de precariedad laboral y profesional impide al periodista consciente defender el derecho de la ciudadanía a la información y la calidad de los contenidos. Una calidad que es fundamental para crear un lector, un oyente o un televidente crítico que se constituya en un receptor exigente y obligue a periodistas y medios a ofrecer productos dignos.

Mientras esto no ocurra, la suma de despropósitos empresariales continuará convirtiendo a nuestros medios en portavoces del pensamiento único vigente; en ofertantes de una realidad de perfil bajo que hace del conformismo y la inacción un paradigma social: *Lo tomas o lo dejas, nada se puede cambiar.*

Información provinciana

En otros casos esa mala información se sustenta en algo tan simple y corregible como la utilización y el seguimiento de tópicos que solo tienen como justificación la ignorancia que sobre esos temas existe en las redacciones.

Con el aumento del flujo migratorio hacia España la información sobre estas personas y sobre sus países ha ido ganando algún espacio en nuestros medios de comunicación.

Sin embargo, la importancia que estos colectivos están adquiriendo en nuestra sociedad no se corresponde con la calidad de la información que les afecta y se ha puesto en evidencia la falta de conocimientos de la realidad de estos países que existe en nuestros medios.

Muchas veces, la información no sólo es errónea en datos históricos o geográficos o en la interpretación de los hechos; además, abunda el trato tópico e imprudente de etnias, hábitos o confesiones y con frecuencia, se ofende a estos inmigrantes, al mismo tiempo que se abunda en la desinformación de la ciudadanía y se perjudica las relaciones sociales con estos colectivos.

Es cierto que desde algunas organizaciones profesionales y sindicales de periodistas se han tomado iniciativas para mejorar este tratamiento informativo, pero sus resultados siguen siendo pobres. La vinculación de la nacionalidad o la etnia como elemento destacado

en las noticias referidas a delitos, cuando esto no aporta nada a la información, son un hecho cotidiano.

El fenómeno migratorio es utilizado como arma arrojadiza en la confrontación política y se refleja en mensajes demagógicos de especial peligro social; sin embargo, no pocos medios se prestan a servir de altavoces a esos mensajes amenazando así, de manera irresponsable, la buena convivencia.

Sería muy valiosa la integración de periodistas emigrados en nuestras redacciones, algunos de ellos tienen una sólida trayectoria en sus respectivos países, pero no son requeridos por las empresas y tienen escaso contacto con nuestras organizaciones profesionales.

Esto impide el intercambio de información valiosa entre periodistas de una y otra parte; información que serviría para corregir muchos de los defectos que se han señalado.

Para qué sirve la información

En el plano de la inteligencia militar se define la información como el conocimiento de todos los factores que son indispensables para adoptar una decisión; es decir, que se la considera un factor necesario para tomar decisiones fundadas en el conocimiento.

¿Y cuáles son las decisiones de trascendencia social que deben tomar las ciudadanías?. Entre otras, quiénes deben gobernar la cosa pública, cómo se deben administrar las riquezas de la nación, cómo se deben

atender las necesidades de sanidad, cómo se debe educar a nuestros hijos, qué debemos aspirar de la justicia.... En suma, debemos decidir sobre la organización de nuestras instituciones y sobre el perfil de la sociedad en que queremos vivir. De ahí la innegable función estratégica de la información para poder decidir de manera fundamentada y estar facultados para el ejercicio responsable de la democracia.

Una sociedad que aspire a una opinión pública responsable debe velar por garantizar a sus ciudadanos información veraz, plural y contextual y cuando se niega o se manipula esa información la democracia está en peligro.

En España estamos muy lejos de poder garantizar a la ciudadanía su derecho a la información; los periodistas o, por lo menos, la mayor parte de ellos no están conformes con esta situación y cada uno en su medio hace lo poco que puede para remediarla.

Frente a nuestras demandas de dignidad profesional siempre se elevan los cantos de sirenas de los grupos políticos que dicen querer defender la existencia de una sociedad libre, pero no se animan a enfrentarse a los grandes grupos mediáticos.

Haciendo camino al andar: líneas de acción para políticas públicas de comunicación para el desarrollo humano

Olga Del Río

Professora de la Universitat de Girona. Vicepresidenta de l'Observatori Mediterràni de la Comunicació (OMEC-UAB). Investigadora del Grup Comunicació Social i Institucional (CSil-UdG) i del LAPREC-UAB. Consultora internacional en temes de comunicació i TIC pel desenvolupament i el canvi social.

Introducción

En la construcción de políticas públicas de Comunicación para el Desarrollo, el énfasis debe hacerse en el proceso de la comunicación (es decir, el intercambio del significado) y en la significación de este proceso (es decir, las relaciones sociales creadas por la comunicación y las instituciones sociales y el contexto que resultan de tales relaciones).

Para el PNUD (2003), el acceso a la información no se refiere sólo a la promoción y protección de los derechos a la información, sino que incluye, también, la promoción

y protección de los derechos a la comunicación (el uso de la información) para que cada cual exprese su punto de vista, participe en los procesos democráticos a todos los niveles (comunidad, nacional, regional y mundial) y establezca prioridades de acción.

Desde esta perspectiva, el acceso a la información y la comunicación resulta crucial para una participación activa de la ciudadanía y de sus expresiones organizadas, condición indispensable a su vez para el desarrollo humano.

Por otro lado, la información y la comunicación no ofrece mayores potencialidades para la vida de las personas si las mismas no se concretan como catalizadoras de procesos de *empoderamiento* individual y colectivo que permitan, en su mismo proceso de construcción, no solo la superación de las brechas existentes para el acceso de las personas al desarrollo humano y la libertad, sino la contribución a la desaparición de dichas brechas. Para ello la comunicación, que posee un valor intrínseco (más allá de la información que se comunique) como instrumento para forjar redes, expresar y dar a conocer ideas, estimular la colaboración, en síntesis la interacción entre personas y colectivos, puede proporcionar un nuevo potencial combinado a los conocimientos creativos incorporados a la gente (Acevedo, 2004).

Por otro lado, las TIC son a la vez oportunidad y amenaza. Oportunidad en la medida que, el acceso a la

red y sus potencialidades comunicativas adquiera sentido si dicho acceso (entendido en el sentido amplio de accesible, asequible y adecuado) supone una ampliación de las oportunidades para la comunicación entre actores individuales y colectivos que no era posible antes del advenimiento de las mismas. El aislamiento y la carencia de voz que mucha gente ha experimentado dentro de los procesos de desarrollo y de la política ha sido determinado en parte por la carencia de la disponibilidad y del acceso a herramientas comunicativas (SDC, 2004), pero para no convertirse en amenaza, también introduce la necesidad de ser utilizadas de forma sensible a las comunidades locales, con el conocimiento de la cultura, la educación y los contextos locales los que significa modelos variados y adaptados.

El acceso a la información forma parte de los derechos universales (DUDH, art.19) que incluye explícitamente la libertad de buscar, recibir y responder, sin consideración de fronteras, las informaciones y las ideas por cualquier medio de expresión. Así, el libre acceso, sin obstáculos y a un costo aceptable, a informaciones pertinentes es una de las condiciones previas fundamentales para la participación activa de la sociedad civil en los procesos políticos de toma de decisiones (el principio de la “participación”), y, como consecuencia para todo el funcionamiento democrático.

Para llegar a esto, es necesario (DDC, 2003):

- i) establecer los marcos jurídicos apropiados (*freedom of information acts*), legislación sobre los *media* (órganos de vigilancia, concesión de licencias, “*public broadcasting*”, etc.), protección de datos, propiedad intelectual, acceso a Internet, telefonía móvil, etc.;
- ii) formación específica a representantes de las autoridades, participantes de los medios de comunicación, justicia, etc.;
- iii) un paisaje mediático independiente y diversificado;
- iv) una sociedad civil activa e interesada;
- v) marcos económicos favorables: concentración mínima (impresión, distribución de los medios de comunicación), poder adquisitivo, mercado publicitario, etc.;
- vi) disponibilidad de la tecnología adecuada para la producción, el tratamiento y la difusión de la información y libre acceso a ésta.

Pueden identificarse tres modalidades principales para el apoyo a la comunicación para el desarrollo:

- el establecimiento de políticas/programas específicas de comunicación para el desarrollo, el cambio social y el empoderamiento, vinculados tanto a los medios de comunicación como a otros actores del ecosistema comunicativo.

- la plena integració de la comunicació en la governabilitat democràtica y otros programas de cada área práctica (salud, medio ambiente, desarrollo productivo, educación, la igualdad de género,...);
- colocando la comunicació para el desarrollo y el empoderamiento en la agenda de todos los diálogos y discursos sobre el desarrollo.

A continuació se exponen tres grandes ámbitos de intervenció para las políticas públicas de comunicació para el desarrollo, desagregadas en acciones más específicas que puedan visualizar y ofrecer, tanto el inmenso trabajo que queda por hacer, como la potencialidad de la comunicació en los procesos de desarrollo entendidos como procesos de empoderamiento, ejercicio de los derechos y disfrute de la libertad. Los ámbitos serían: 1) Marco político-institucional, legal y regulatorio; 2) Desarrollo de los medios y 3) Creación de capacidades sociales.

Marco político-institucional, legal y regulatorio

Promover un marco político, institucional, político y regulatorio que proteja y promueva los derechos a la información, la comunicació y el ciberespacio, –para todos los ciudadanos y ciudadanas, colectivos y organizaciones-, basado sobre los estándares y mejores prácticas internacionales, y con la participación de la sociedad civil.

<p>Políticas públicas enfocadas a disponer de legislación que consagre y entes reguladores que vigilen:</p>	<ul style="list-style-type: none"> – La protección de la libertad de expresión. – El libre ejercicio de los medios de comunicación. – El desarrollo de la TV y la radiodifusión como servicio público. – El acceso equitativo a la información “pública”, con normas no discriminatorias y no exclusivas para los medios de comunicación. – La ausencia de censura. – La libertad para crear empresas de medios de comunicación. – El acceso a las licencias y a las frecuencias (accesibles y asequibles). – La responsabilidad social de los medios (no fomento de la discriminación y la exclusión social, de la xenofobia, homofobia, sexismo, generación de conflictos sociales, etc.). – La libertad de asociación y los derechos de las organizaciones y l@s ciudadan@s a producir y difundir información.
<p>Políticas destinadas al fortalecimiento de las capacidades del estado y la administración pública nacional y local para la rendición de cuentas (Accountability) y la gobernabilidad democrática</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Acciones destinadas a difundir, concienciar y capacitar a responsables políticos y funcionariado, sobre los deberes de la administración (nacional y local) de ofrecer y dar publicidad a la información relevante de interés público, a medios de comunicación, sociedad civil, colectivos vulnerables y ciudadanía en general. – Apoyo a formas alternativas de producción de información que beneficie a los grupos vulnerables: programas de alfabetización basados en la información, radio comunitaria, iniciativas de gobernabilidad electrónica, etc. – Creación de instituciones públicas encargadas de velar y supervisar el acceso a la información y la transparencia. – Formación en diferentes estamentos sobre la incorporación de la información y la comunicación en planes de salud, medioambiente, descentralización, formulación de políticas participativas, etc.

Desarrollo de los medios

Promover los medios en su rol de intermediarios, potenciando la asunción de varias funciones, tales como difundir información sobre temas pertinentes, dar voz a diferentes partes de la sociedad incluyendo los colectivos marginados y excluidos, proporcionar un foro de intercambio de opiniones, cumplir la misión de “guardián” (*watchdog*) observando los procesos políticos, sociales, culturales y económicos, contribuir a la cohesión social y los DDHH, proveer a los actores políticos de canales para suscitar la atención del público, comunicar e interactuar con la población.

Potenciación de los medios como una plataforma para la democracia y el Desarrollo

Políticas para que los medios, --en un entorno donde prevalecen la autorregulación y el respeto por la profesión de periodista--, reflejen y representen la diversidad de visiones e intereses en la sociedad (incluidos los grupos vulnerables y marginados) y que el sector de los medios en general (públicos, privados, comunitarios) es monitoreado y apoyado por asociaciones de profesionales y organizaciones de la sociedad civil.

Políticas destinadas a la formación profesional de calidad para periodistas, comunicador@as y gestores de medios:

- Desarrollo de la competencia de los/las periodistas y comunicador@s para usar la legislación en materia de derecho a la información de manera efectiva, sobre todo información útil para los grupos vulnerables;
- Disponibilidad de formación profesional para comunicadores (periodistas, audiovisual, ficción, publicidad) con enfoque de responsabilidad social;
- Incorporación en las currículas de las Facultades de Comunicación (periodismo, audiovisual, publicidad, etc.) de docencia e investigación sobre la responsabilidad social de los medios y l@s periodistas/comunicador@s; la comunicación para el desarrollo y el cambio social; los derechos emergentes a la información, la comunicación y al ciberespacio; temáticas emergentes del desarrollo; instrumentos y estrategias de comunicación para el desarrollo (comunicación para el cambio de comportamiento, eduentretenimiento, *advocacy*, redes información/comunicación, periodismo social, periodismo para la paz y la prevención de conflictos, comunicación estratégica para el cambio social, TIC para el desarrollo, incorporación de la comunicación a la planificación por objetivos, comunicación para la salud, comunicación para el medioambiente, etc.).

Políticas destinadas a potenciar el apoyo a los medios y los/las comunicadores para un ejercicio responsable:

- Potenciación de los sindicatos y las asociaciones profesionales de periodistas
- Mecanismos de reparación para casos de violaciones de la libertad de expresión
- Sensibilización y otras acciones destinadas a que los medios reflejen la diversidad social y las diferentes opciones y puntos de vista.
- Sensibilización y otras acciones destinadas a que los medios se guíen por criterios de servicio público;
- Potenciación mecanismos de auto-regulación de los medios (públicos, privados y comunitarios).
- Acciones destinadas a desarrollar la capacidad de los medios de comunicación para realizar

programas (informativos y de ficción) que aborden las necesidades específicas de los/las pobres y de los grupos marginados (trabajando con organizaciones de los medios de comunicación, las OSC, universidades e institutos de investigación para desarrollar la capacidad de programación de los medios de comunicación);

- Apoyar a instituciones de investigación y observatorios sobre los medios de comunicación, y el rol de los mismos en su papel de “mediadores” sociales,
 - Acciones destinadas al seguimiento y análisis de la cobertura de los medios de comunicación, el contenido y la discusión, incluyendo la cobertura de la prensa, la radio y la TV, prestando especial atención a los medios de comunicación en lenguas no mayoritarias o de colectivos vulnerables, reportando los resultados a quienes toman decisiones en el gobierno.
 - Políticas destinadas a apoyar la creación de contenidos endógenos, especialmente en los nuevos medios de comunicación.
 - Políticas destinadas a promocionar la incorporación de la educación para el desarrollo en las industrias culturales y producciones locales (eduentretenimiento).
-

Potenciación de la pluralidad y transparencia de propiedad de los medios de comunicación

Políticas en las que el estado promueva activamente el desarrollo del sector mediático previniendo una excesiva concentración y asegurando la pluralidad y transparencia de propiedad y contenido en los medios estatales, privados y comunitarios.

- *Políticas destinadas a la prevención de la excesiva concentración de medios:* promoción de la diversidad de

propiedad, Estudios/reportes de agencias sobre medidas del Estado para promocionar la diversidad y la transparencia de la propiedad de los medios; análisis de los contenidos de los medios que relacionen la toma de decisión editorial con la propiedad.

- *Políticas destinadas al fomentar el equilibrio entre sector estatal, privado, comunitario:* Entre otras, refuerzo de los medios y las redes de organizaciones de medios de comunicación que persigan cubrir las necesidades informativas de los colectivos pobres y vulnerables.

- *Políticas de asignación de licencias y de espectro:* Planificación y ejecución transparente de criterios para y de asignación de licencias con cuotas para los sectores estatal, privado y comunitario y, coherentes con los objetivos de pluralismo y diversidad de la propiedad y los contenidos. Entes Reguladores/Estudios que reporten sobre la aplicación efectiva de dichas políticas.

Construcción de capacidades sociales y ciudadanas

Políticas destinadas a potenciar la participación activa de las organizaciones de la sociedad civil, otros colectivos y la ciudadanía en general en el ejercicio de los derechos a la información, la comunicación y el ciberespacio y el uso de la información y comunicación como instrumento de empoderamiento.

– Desarrollar la competencia de las organizaciones de base y las organizaciones de la sociedad civil (OSC),

mediante la formación en el análisis de políticas públicas, la comprensión de los procesos de toma de decisiones, los métodos más eficaces para usar la legislación en materia de derecho a la información.

- Fortalecimiento y promoción de la presencia de las OSC que trabajan en el ámbito de los derechos a la información, la comunicación y el ciberespacio, el periodismo social, los centros de investigación, las veedurías ciudadanas, las redes informativas, etc.
- Sensibilización y capacitación entre las OSC no especializadas de la importancia de los derechos a la información, la comunicación y el ciberespacio, y sobre la potencialidad de la comunicación para los procesos de *empoderamiento* y desarrollo.
- Actividades de educación cívica para mejorar el diálogo entre el gobierno y la sociedad civil sobre las prioridades de desarrollo nacionales.
- Incorporación de la “educación en medios”, en derechos humanos (incluido comunicación) en la educación primaria y/o secundaria.
- Políticas de accesibilidad y capacitación en TIC “adecuada”, para los grupos más vulnerables
- Programas de alfabetización informacional.
- Programas y campañas de sensibilización y educación para el desarrollo sobre libertad de expresión, derechos a la información, la comunicación y el ciberespacio, responsabilidad

social de los medios, los medios públicos como “servicio público”, etc. en diferentes niveles y colectivos con el objetivo promover la reflexión de la ciudadanía sobre valores culturales existentes socialmente.

Bibliografía

ADC y Artículo XIX (2006) *Manual Regional. Acceso a la Información Pública*. En línea. ADC y Artículo XIX.

<http://www.periodismoaip.org/documentos.php?sec=35&idPais=&idTipoDocumento>

ASOCIACIÓN PARA EL PROGRESO DE LAS COMUNICACIONES (APC)

(2005) *La carta de APC sobre derechos en Internet*. (s.l) APC,

<http://derechos.apc.org/charter.shtml>

CAMPAÑA CRIS (2005) *Manual para la evaluación de los derechos a la comunicación* (s.l) CRIS. <http://www.crisinfo.org/>

COSUDE (2004) *Medios de Comunicación y Gobernabilidad*, Berna, Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación, Ministerio Suizo de Asuntos Exteriores.

DDC (2003) *Information et Governance*. Berna. Direction du developpement et la cooperation (DDC) y Département des affaires étrangères de Suisse.

FAO (2002), *Conception et mise en oeuvre de politiques nationales d'information et de communication pour un développement durable en Afrique*. LA COMMUNICATION POUR LE DÉVELOPPEMENT. Manuel 3. Roma. FAO.

FAO (2004) *Communication for Development Roundtable Report Focus on Sustainable Development* 9th United Nations Communication for Development Roundtable 6–9 September 2004, Rome, Italy Organized by FAO with the Government of Italy,

HAMELINK, C. J. (2002) *The Right to Communicate*, informe presentado en Prepcomm1, (2002), Serie de Documentos Informativos para la CMSI (UNRISD), <http://www.geneva2003.org/home/events/>

MERCOSUR (2007) *Carta-Compromiso de Buenos Aires sobre la Comunicación pública en el proceso de integración regional*. Buenos Aires. MERCOSUR.

http://209.85.129.104/search?q=cache:yeStRRSKQuYJ:mci.gob.ve/doc/la_comunicacion_publica_en_el_doc+Pol%C3%ADticas+P%C3%BAblicas+de+comunicaci%C3%B3n+e+integraci%C3%B3n+regional&hl=es&ct=clnk&cd=2&gl=es&client=firefox-a

OEA (2007) Resolución Asamblea General 2288 (XXXVII-O/07) Acceso a la Información Pública: Fortalecimiento de la Democracia. En línea.

OEA. , http://www.oas.org/juridico/spanish/ago7/AG-DOC_4771-07_spa.doc

PNUD – BUREAU FOR DEVELOPMENT POLICY, DEMOCRATIC GOVERNANCE GROUP, (2006) *Communication for Empowerment: developing media strategies in support of vulnerable groups*, Practical Guidance Note, Oslo Governance Centre.

PNUD (2003) *Notas Prácticas: El acceso a la Información*
<http://www.undp.org/policy/docs>

PNUD- BUREAU FOR DEVELOPMENT POLICY, DEMOCRATIC GOVERNANCE GROUP (2007) *The MDGs as a Communication Tool for Development*, Oslo Governance Centre. The Democratic Governance Fellowship Programme.

SDC (2004) C4D – *Communication for Development Concept*. Consultancy Report Prepared by OneWorld for SDC. May 2004 Edited by Jackie Davies, Berna, OneWorld Internacional

UNESCO (2005b) *Declaración de Alejandría sobre ALFIN*. “Coloquio de Alto Nivel sobre la Alfabetización Informacional y aprendizaje permanente a lo largo de la vida”. Noviembre 2004. Paris

Comunicació i Cooperació al Desenvolupament a la Mediterrània

Carles Llorens

Director general de Cooperació al Desenvolupament i Director de l'Agència Catalana de Cooperació al Desenvolupament

Com tants àmbits avui, la cooperació està canviant considerablement. La crisi que patim palesa, per començar, que mentre els països econòmicament desenvolupats estan estancats, nombrosos països en desenvolupament estan creixent. Així, mentre els recursos de la cooperació del nord disminueixen, al sud hi ha uns recursos que s'haurien de redistribuir més justament. Dos sectors centrals de la cooperació com són l'educació i la salut, sovint són proveïts ja actualment per les administracions públiques del sud, i si no ho són ho haurien d'estar.

Així, bé perquè els serveis ja els proveeix el país, bé perquè el propi desenvolupament porta a una sèrie d'altres requeriments, ens trobem davant d'un altre tipus de demandes que es podrien denominar “cooperació de

segona generació". El tractament (depuració, canalització, distribució, etc.) de l'aigua, la gestió dels residus (inclos el reciclatge) i la gestió del trànsit són, per exemple, cada cop més, unes qüestions per a les quals aquests països demanen ajut, amb la vista posada en les excel·lències tècniques de què gaudeixen els països més desenvolupats. La llista de necessitats de *know-how* i d'*expertise* podria seguir amb les necessitats que deriven de la política sanitària i, per tant, del desenvolupament sanitari i poblacional, com ara les malalties amb origen infeccios, l'obesitat o les cardiopaties (patologies ben conegudes, esteses d'un temps ençà també en països més desenvolupats).

El transvasament de coneixements no acabaria aquí ni molt menys: la governança, l'apoderament i la gestió de les administracions públiques (com és el cas dels ajuntaments) són objecte de demanda creixent dels països beneficiaris de la cooperació al desenvolupament. La situació actual de crisi econòmica i financera, tot i provocar un descens en els pressupostos destinats a la cooperació no suposen, d'altra banda, un descens en la qualitat d'aquesta cooperació, sinó una major necessitat d'eficàcia, d'eficiència i de canvi en la dinàmica que, des de fa un cert temps, ja s'havia apuntat com a mancada d'una certa reflexió. Si en alguna cosa podem dir que ens ha resultat beneficiosa aquesta situació ha estat a l'hora de rumiar i veure en quina direcció ha d'anar la cooperació del futur i, també, del present. Davant la disminució de recursos econòmics, cal emfasitzar els

recursos humans i tècnics, tal i com ja demanen els mateixos països receptors.

En aquesta categoria de cooperació de "nova generació" hem de situar també la cooperació en l'àmbit de la comunicació

Resultat de la mal anomenada "Primavera Àrab", molts països del Magreb i Mashreq han iniciat una tasca democratitzadora, participativa i compromesa amb la societat i el context històric actual. D'aquí que la cooperació hagi de donar resposta a aquesta nova situació, amb mecanismes que possibilitin l'obertura i la garantia d'unes estructures administratives i socials que donin compliment a les llibertats democràtiques i als drets humans. En aquest sentit, la llibertat d'expressió i de comunicació de la societat a través dels mitjans de comunicació resulta imprescindible.

L'aposta per la comunicació i la cooperació al desenvolupament a la Mediterrània de la cooperació catalana té el seu reflex en el mateix Pla Director 2011-2014. L'objectiu estratègic de drets humans, governança democràtica i enfortiment del teixit social cerca afavorir la inclusió i la transparència en la presa de decisions pública, la garantia i l'exercici efectiu de tots els drets humans individuals i col·lectius, així com l'apoderament dels actors i del teixit social amb més capacitat transformadora.

El pluralisme aplicat als mitjans de comunicació apareix com un valor fonamental del sistema democràtic, basat

en l'exercici dels drets fonamentals de la llibertat d'expressió i d'informació. El projecte que l'Observatori Mediterrani de la Comunicació (OMEC) ha dut a terme va en aquesta línia: assegurar el pluralisme mediàtic i la seva funció de servei públic. És important, en aquest sentit, destacar el rol que els mitjans de comunicació públics han jugat en les “Primaveres Àrabs” corresponents. Els ciutadans de la conca del sud del Mediterrani (Orient Mitjà i Nord d'Àfrica) veuen els mitjans de comunicació públics com a instruments lleials al Govern i que serveixen tan sols per a propagar les seves orientacions polítiques, i no com a un servei públic de qualitat a favor dels interessos i preocupacions de la població. Amb la irrupció de les tecnologies de la informació, el panorama informatiu i de la comunicació s'ha transformat; la ciutadania han deixat de ser mera consumidora passiva de mitjans de comunicació i han passat a esdevenir productora d'informació.

Ens trobem davant d'un periodisme ciutadà, amb diversitat d'opinions i sense censures, amb espais de comunicació més diversificats pel que fa a fonts d'informació i continguts. Per tant, les revoltes àrabs han posat de relleu el divorci existent o, com a mínim, la desconexió entre les televisions i les ràdios que es troben sota la tutela dels diferents estats i la ciutadania en general. Per això mateix, els mitjans públics dels països del Nord d'Àfrica i d'Orient Mitjà feien necessària una urgent i profunda transformació. D'aquí que el moment de canvi polític i de reformes que viu la regió

pugui ser una oportunitat per a abordar aquesta assignatura pendent.

En el context del Mediterrani ha quedat clara la importància dels mitjans i dels/de les professionals de la comunicació. Per això mateix, cal reforçar i repensar el sector públic i el seu impacte en la sensibilització de la població. En aquest context, Catalunya (i Barcelona) juguen un rol clau a la regió mediterrània i l'organització d'aquest seminari no fa sinó reforçar-lo encara més.

Aquest seminari representa l'oportunitat i la voluntat de concentrar a nivell geogràfic i d'alinear, alhora, estratègies com la Declaració de Barcelona (1995) i la Unió per la Mediterrània (2008). No oblidem que la Secretaria General de la UpM es troba a Barcelona de forma permanent, amb l'objectiu de consolidar la capitalitat mediterrània de Barcelona i que també és a Catalunya on moltes organitzacions i grups d'estudi han concentrat la seva activitat (IeMed, Fundació Anna Lindh, ICIP, etc).

Pel que respecta a l'Agència Catalana de Cooperació al Desenvolupament (ACCD), i tal i com ja s'ha esmentat, compta amb un Pla Director 2011-2014 on un dels objectius estratègics és el dels drets humans, la governança democràtica i l'enfortiment del teixit social.

Aquest objectiu representa un dels àmbits d'actuació amb més capacitat de transformació de les estructures sociopolítiques que perpetuen les desigualtats i una distribució no equitativa dels recursos econòmics,

socials, culturals i polítics i, per tant, s'hi associa un percentatge de despesa mínim superior a la resta d'objectius estratègics considerats al Pla Director.

Com a exemple pràctic d'aquesta aposta per la comunicació i la cooperació al desenvolupament, podem mencionar el Conveni signat el 2010 entre l'OMEC i l'ACCD. Les actuacions realitzades amb el consorci OMEC-PANOS París van tenir com a objectiu i resultats del Pla Director la millora de la participació, la representativitat i el control democràtic en els espais de presa de decisions públiques i en l'elaboració, la implementació i l'avaluació de polítiques públiques. També, fruit d'aquesta col·laboració triangular, s'ha contribuït a l'enfortiment del Servei Públic Audiovisual (SPA) als països de la regió MENA (Orient Mitjà i Nord d'Àfrica) i a la garantia, en aquestes regions, d'un accés i d'un ús global de la informació.

Val a dir que actuacions d'aquesta mena destaquen per la seva pertinença, el seu potencial en la creació de xarxes (amb contraparts, ONG, tècnics experts), d'expertesa i de multiplicitat de col·laboracions. És a partir d'aquest efecte multiplicador que hom pot pensar en futures formacions d'experts tot aprofitant, per exemple, l'expertesa de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals de la Generalitat de Catalunya i/o el recolzament del Consell Audiovisual de Catalunya.

En definitiva, hom pot observar que aquest projecte constitueix un bon exemple d'aquest nou capítol en la

cooperació al desenvolupament, això és, la cooperació basada en l'expertesa i el coneixement tècnic sobre aspectes tan importants com són els drets humans, la governança o l'apoderament. És a partir d'aquestes qüestions que els països receptors de cooperació podran desenvolupar-se d'una manera eficient i donar, així, resposta a les necessitats que la seva societat planteja.

Cooperación de género y comunicación

Montserrat Minobis i Puntonet

Periodista. Fou degana del Col·legi de Periodistes de Catalunya i directora de Catalunya Ràdio. El 1996 rebé la Creu de Sant Jordi de la Generalitat de Catalunya. Presideix la Xarxa Internacional de Dones Periodistes i Comunicadores i l'Agència de Notícies amb Visió de Gènere La Independent.

Los Derechos Humanos, un derecho de las mujeres

En la conmemoración de los 50 años de la Proclamación Universal de los Derechos Humanos, Amnistía Internacional publicó un documento todavía hoy de máxima actualidad. En el mismo, Amnistía destacaba los avances en la articulación e implantación de los derechos de las mujeres en muchos países, destacando empero que en muchos otros se había registrado un retorno a la barbarie. Algunos Estados, indicaba, han encontrado en el uso sistemático de la violencia sexual contra las mujeres un arma de guerra que degrada y humilla a pueblos enteros. “las mujeres, son las víctimas invisibles, la multitud sin rostro que forma parte del fondo de las Televisiones que retratan al terror y la miseria”.

Y añadía:

“... las mujeres corren un doble peligro: discriminadas por ser mujeres tienen las mismas probabilidades –o más- que los hombres de convertirse en víctimas de violaciones de los derechos humanos. Muy pocos países, tratan a las mujeres como a los hombres, a pesar de las medidas establecidas en el marco legislativo y político; la discriminación por razón de sexo continua siendo una realidad internacional”.

Redes

Esta realidad tan evidente hoy y ya en pleno siglo XXI, es la que indujo a un grupo de mujeres periodistas de distintas nacionalidades pertenecientes a ambos lados del mediterráneo y en un encuentro celebrado en Siracusa Sicilia, Italia en 1991 a crear una Red de Mujeres Periodistas del Mediterráneo que vio su posterior confirmación en Barcelona en 1995 en donde se contó además con la complicidad e incorporación de la Associació de Dones Periodistes de Catalunya (ADPC) y de la Red Europea de Mujeres Periodistas, ambas creadas en 1992.

Tanto en el de Siracusa como en el de Barcelona se planteó ya la necesidad de crear sinergias de actuación que se vieron, finalmente puestas en marcha con la aparición masiva de Internet que posibilitó ya en el año 2007 con protagonismo de la recién creada en Catalunya, Xarxa Internacional de Dones Periodistes i Comunicadores/ Xarxa Internacional de Periodistes amb

Visió de Gènere (La Red internacional fue creada en México en el año 2005), poner en marcha la definitiva plataforma bajo el nombre de Red Mediterránea de Periodistas y Comunicadoras con Visión de Género. Nombre y Asociación que refrendamos en el encuentro de Marraquetch del año 2010.

“Decidimos unir esfuerzos y voluntades para impulsar a través de Internet, un contacto permanente para la transmisión de informaciones que afectan a las sociedades de las dos riberas y que en multitud de ocasiones son obviadas o silenciadas por los medios de comunicación”

Las Redes permiten alcanzar uno de los objetivos propuestos ya que trabajando a través de la técnica se establecen puentes de contacto más rápidos y más eficaces que permiten asimismo, ofrecer una herramienta abierta a todas las mujeres que, por las circunstancias que sean: políticas, económicas, de situación de conflicto o religiosas, no tienen acceso a los medios de comunicación generalistas o convencionales. Es decir, a través de las Redes, se puede visibilizar el trabajo y los esfuerzos de tantas mujeres y organizaciones que trabajan para la paz y la equidad.

“... luchamos para establecer un diálogo real a favor de la Paz y los Derechos Humanos y sociales, para los derechos de las mujeres como condición indispensable para el desarrollo de la región mediterránea. Pero también y consecuentemente para el de todas las mujeres de todo el mundo”.

Gracias a muchas de las iniciativas acordadas, se pudo poner en marcha la Newsletter² que se edita dos veces al año a través de la cuales mujeres periodistas árabes que no pueden publicar en sus respectivos países algunas de las más acuciantes reclamaciones que tanto como periodistas y mujeres tienen planteadas, han visto publicados sus artículos y por ende se han establecido puentes de contacto y transmisión de informaciones a Latinoamérica gracias a la Red Internacional de Periodistas con Visión de Género.

Las Redes promovidas por mujeres, básicamente algunas de ellas y por profesionales del periodismo, se están mostrando como uno de los elementos más importantes e influyentes en la transformación de la sociedad actual ya que actuando a través de Internet y como canal de comunicación y transmisión de información, ponen en contacto a miles de personas a lo largo y ancho de este mundo global. Y de forma inmediata. La escritora Gemma Lienas, establece cuatro marcas muy interesantes a través de las cuales define los principios básicos de las redes de mujeres, que son los que sustentan a la Red Internacional de Periodistas con Visión de Género. Así pues, las redes se caracterizan por ser i) igualitarias, ii) desjerarquizadas, iii) virtuales y iv) baratas:

- i) *Igualitarias*, porque están por encima de las diferencias de sexo o de estereotipos de género.

² <http://donesiconflicte.woordpress.com>

- ii) *Des jerarquizadas*, porque nadie depende de nadie en exclusiva para mandar su mensaje. Todo el mundo conoce a todo el mundo.
- iii) *Virtuales*, porque estas nuevas redes han creado un nuevo espacio, no potencial sino virtual, que favorece la presencia de las mujeres y además porque al crear un nuevo espacio, éste está más allá de la división entre espacio público-espacio privado.
- iv) *Baratas*, porque sólo se necesita un equipo informático, cada vez más asequible, y de una conexión telefónica, equiparaciones mucho más baratas que las tradicionales.

El resultado global de las redes o eficacia de las mismas es hacer visibles a las mujeres y, en especial, a las mujeres periodistas, porque fomentan el contacto entre las profesionales de la comunicación, favorecen el conocimiento de las distintas realidades, promueven la solidaridad y la cooperación, utilizan un lenguaje no sexista e incorporan el léxico feminista, incorporan la tradición intelectual de las mujeres del mundo académico, visibilizan la paridad dentro de los medios de comunicación y promueven el acceso de las mujeres a puestos de responsabilidad y en la toma de decisiones, luchan por los derechos laborales y por la erradicación de la precariedad laboral de las periodistas juntamente con la exigencia de una formación con perspectiva feminista y de género. Se reclama y se lucha por la Paz y por los Derechos de las Mujeres, por el empoderamiento de las mujeres, denuncian y combaten

las imágenes estereotipadas y sexistas, se fomenta el uso estratégico de los medios y el acceso a las tecnologías de la información como instrumento democratizador de los mass media.

Marcar las diferencias: LA INDEPENDENT

“... los medios respaldan las estructuras sociales dominantes, la reproducen y la mantienen, participando en el proceso de la formación social”³

El Women Institute for Freedom of the Press (WIFP), destaca en su documento “La filosofía de WIFP para la democracia en los medios de comunicación⁴” que “Es el trabajo de la mayoría la que hace funcionar a la democracia siendo el quehacer particular de las mujeres por ser ellas la mayoría”, lo cual nos pone en evidencia que creando nuestras propias estructuras comunicativas a través de los medios de comunicación digitales y expandiendo las redes, podemos hablar y expresarnos por nosotras mismas al margen de razas, ideologías, credo o color.

Internet, pues, ha significado la posibilidad de crear las propias herramientas comunicativas dando valor a la importancia de los medios electrónicos en la nueva dimensión del periodismo ejercido y practicado por las mujeres y la capacidad de los mismos para profundizar

³ Secretaria de Política Lingüística e Institut Català de les Dones. *Marcar les diferències .La representació de dones i homes a la llengua* .Barcelona. Generalitat de Catalunya, 2005

⁴ Documento on-line: <http://www.wifp.org/pcspanish.html>

en la democracia y la igualdad. Así con esta voluntad, surgió LA INDEPENDENT⁵-Agencia de Noticias con Visión de Género que la XIDPICAT fue trabajando y desarrollando a partir del año 2007 activando su portal el 11 de septiembre de 2010 coincidiendo con la Diada Nacional de Catalunya haciendo su primer envío de noticias.

Actualmente LA INDEPENDENT hace un envío semanal en catalán tanto a las subscriptoras/es periodistas, medios, asociaciones de mujeres, ONG, entidades e Instituciones y en castellano a la Red Internacional de Periodistas con Visión de Género que se ha ido extendiendo en diversas países de Latinoamérica y España con sus correspondientes agencias que sirven, además, como intercambio de información entre unas y otras. Podemos destacar además de LA INDEPENDENT, las siguientes: AMECO (España); CIMAC (México); SEMLAC (Cuba); WOMEN IN THE CITY (Italia); COMUNICAR IGUALDAD (Argentina) y FEMINISTIK PERSPECTIVE (Suecia).

LA INDEPENDENT, asume y aplica en su labor periodística todos los objetivos de las Redes juntamente con las “10P del Periodismo de Género”, hechas públicas por las colegas argentinas de *Artemisa Comunicació*:

- Promover a las mujeres
- Puntualizar las diferencias entre mujeres y varones
- Poner fin a los estereotipos
- Punto de vista subjetivo

⁵ www.laindependent.cat

- Proponer fuentes diversas
- Preferir el lenguaje no sexista
- Promover la transversalización
- Mantener la agenda
- Pintar un mundo diverso
- Presencia de mujeres en puestos de decisión de los medios.

Una cita para acabar que resume la situación actual de los medios y la respuesta que las profesionales del periodismo han sabido dar a través de las tecnologías a los desajustes de los medios generalistas y/o convencionales. Pertenece al prólogo del libro “Las palabras tienen sexo” de las periodistas argentinas Sandra Chaher y Sonia Santoro que mencionan en el mismo a la periodista chilena María Helena Hermosilla que dejó escrito

“... en los avances en el periodismo de género y en la justicia de género en los medios van de la mano con la democratización de las comunicaciones a todos los niveles. También y principalmente poderosos instrumentos con que cuenta la corriente principal para proponer a las amplias audiencias sus visiones del mundo, aunque se alegue que estas son segmentadas”

Es justamente para abordarlos que debemos tener *estrategias políticas*, pues como dijo el argentino Eliseo Verons, es en la capacidad de distribución de significados donde reside el poder”.

Autoritats reguladores a la Mediterrània

Juan Montabes

*Catedràtic de Ciència Política de la Universitat de Granada.
President de la Xarxa d'Entitats Reguladores de la Mediterrània i
del Consell Audiovisual d'Andalusia (2008-2011).*

Parlaré al voltant de la pròpia existència de les autoritats reguladores i la seva funcionalitat però m'agradaria prèviament fer una observació, especialment en un moment conjuntural important en el cas espanyol.

Espanya és l'únic país de la Unió Europea, l'únic sistema polític, l'únic sistema de comunicació al mateix temps, que no disposa d'un òrgan estatal regulador de l'audiovisual, la qual cosa es pot entendre -que això és propi de les democràcies avançades- com un dèficit de la pròpia democràcia espanyola. En aquest tema, com en altres també per al conjunt del sistema polític espanyol, una iniciativa generada en un primer moment a Catalunya per discurs de la Generalitat, que va crear als anys 90 el germen del que és ara el Consell Audiovisual de Catalunya, va suposar una referència innegable per al conjunt d'Espanya.

A partir d'aquí dues experiències també autonòmiques en l'àmbit de les seves competències: la Comunitat Foral de Navarra i l'any 2004 la Comunitat Autònoma d'Andalusia van posar en marxa, en el marc de les seves competències, aquestes autoritats sense disposar encara d'un paraigües estatal i una llei estatal que els donés aixopluc. No era una situació fàcil en la mesura que calia compatibilitzar un mercat audiovisual i un mapa audiovisual on s'integren operadors de caràcter estatal, operadors de caràcter autonòmic i operadors de caràcter local més enllà dels formats als quals s'ha fet referència, de satèl·lits on s'obre un altre format per a la pròpia regulació i compliment d'aquestes funcions.

Més enllà dels continguts de la Llei General Audiovisual, no és casual que després de 30 anys de democràcia a Espanya no hi hagi aquests òrgans reguladors, potser sota una visió decimonònica que la millor llei de premsa és aquella que no existeix. El mercat es planteja ara que possiblement la millor regulació és exclusivament l'autoregulació. Ni molt menys és el meu plantejament -i estic convençut que tampoc no ho és pel Consell Audiovisual de Catalunya ni el de Navarra- que l'autoregulació no sigui necessària. Al contrari, les nostres lleis respectives subratllen el caràcter i la importància de l'autoregulació al costat de la co-regulació i la regulació que ve des de la normativa europea en el nostre cas i la pròpia legislació espanyola.

Aquesta inèrcia comporta una visió que crec que és traslladar la responsabilitat al mercat on conflueixen

operadors privats i públics, i que és un mercat també transfronterer on l'autoregulació ha d'administrar els propis productes audiovisuals. I el plantejament no és que no hi hagi capacitat per part dels professionals i de la pròpia indústria audiovisual per autoregular-se, però al mateix temps hi ha uns límits de competència, uns límits deontològics i uns límits normatius que al costat dels poders de l'Estat una autoritat independent pot gestionar.

Dit això parlaré sobre la Xarxa Mediterrània. S'ha parlat en aquesta jornada ja àmpliament sobre la fallida de les fronteres en la comunicació, el nou escenari que porta la globalització en la comunicació, en la globalització econòmica i també del salt de la globalització econòmica a la regulació de la globalització social i una globalització ciutadana i política. Aquest nou context ens ha portat a un nou escenari vertiginós on els actors són molt variats i la possibilitat de coneixement sobre imaginaris tradicionals s'ha modificat radicalment.

Situant-nos precisament en el context Mediterrani crec que no descobreixo res, però crec que cal assenyalar-ho, si dic que a occident avui es perceben entre diversos sectors creixents sentiments de rebuig a determinats valors i en concret valors que afecten en el context Mediterrani a societats vinculades amb el món àrab-musulmà o el món Islàmic i Àrab. Determinats estereotips com la intransigència -fins i tot bastant interioritzada per sectors de l'opinió pública-, opinions

públiques majoritàries en el context d'aquests països i aquí m'agradaria fer un breu parèntesi.

El salt que crec que podem constatar entre una opinió pública Mediterrània i els llaços de cooperació en l'àmbit institucional i polític. Totes les dades d'opinió ens diuen que tots els esforços que al llarg dels últims 30 anys s'han realitzat entre els diferents governs, entre les diferents institucions per a la cooperació Mediterrània, per a la cooperació Nord-Sud, no han anat acompanyats d'un esforç per traslladar a l'opinió pública la comprensió de l'altre, basant-se sobre imaginaris tradicionals on perviuen per tant imatges que moltes vegades poden ser concebudes per la població occidental, o la població europea en concret, com una amenaça als propis valors i a la forma de vida que inspira la forma d'organització social d'aquestes societats.

No diguem per tant res de la preocupant associació -que per desgràcia també es realitza en moltes ocasions- que vincula determinats valors i pràctiques violentes, fins i tot terrorisme, amb valors propis de societats i en concret a les societats àrab-musulmanes. Això porta per tant a uns riscos conscients on els imaginaris col·lectius tradicionals, formats al voltant d'experiències, al voltant de visions en molts casos certes en determinats aspectes però distorsionades des de la literatura a tota una sèrie de fonts tradicionals, en reforcen.

Paral·lelament a aquesta visió, que podríem anomenar si ens situem a la Mediterrània de la riba nord, a la riba sud

-en el que podríem considerar com món arabo-musulmà-es difon també al mateix temps la imatge d'un occident en la meua opinió distorsionada, d'un occident homogeneïtzat com agressor, que té una freqüent disposició de fer ús de la superioritat militar, discriminador en l'aplicació de la legalitat internacional o de la legalitat nacional amb fenòmens com la immigració per exemple, o insensible davant les reivindicacions polítiques com podria ser el cas de Palestina o alguns altres que poguéssim esmentar. Per tant en aquests miralls de percepció recíproca, d'un i altre costat hi ha hagut una preocupació -i crec que això és de destacar també institucional i també estatal del Nord i del Sud- que ha produït impulsos molt importants, molt voluntariosos i amb un objectiu molt lloable, que lamentablement com deia abans, no sempre han anat acompanyats amb una incidència en la ciutadania, en l'opinió pública del Nord i del Sud.

M'agradaria situar tres moments claus: un en el 95 amb la Conferència de Barcelona que va portar a la declaració del mateix nom, a la que sobra destacar l'assistència en aquell moment dels 15 Ministres d'Afers Exteriors i membres en el seu conjunt de la Unió Europea, i 12 tercers països mediterranis per tal de crear una associació global.

Entre els tres eixos en què s'assentava aquella primera declaració del 95 hi ha el de l'Associació Social Cultural i Humana, un eix dirigit a afavorir l'aproximació i comprensió entre els pobles de la Mediterrània i per

millorar la percepció mútua. En aquella ocasió es feia èmfasi en la importància del diàleg intercultural, interreligió i especialment el paper dels mitjans de comunicació per al coneixement i la comprensió de les recíproques cultures. És sortit d'aquest impuls institucional on a instàncies de dos òrgans reguladors de l'audiovisual europeus, el Consell Audiovisual de Catalunya i el Consell Superior de l'Audiovisual francès, es genera la creació d'aquesta associació de la que parlaré ara, la Xarxa Mediterrània, que té doncs una vida ja del voltant dels 15 anys.

La següent iniciativa apareix el 2004 amb l'anomenada Aliança de Civilitzacions, impulsada pel president del govern d'Espanya José Luis Rodríguez Zapatero, que va tenir la seva continuïtat en el Pla Nacional del Regne d'Espanya i la seva integració dins de Nacions Unides com a acció conjunta amb el govern. Aquesta aliança de civilitzacions respon a la necessitat d'emprendre per part de la comunitat internacional un esforç decidit a nivell institucional. I jo subratllaria per les expectatives que està generant tant des del punt institucional com des de la societat civil per una altra cosa que ja estava en la declaració de Barcelona "per superar els prejudicis, les idees falses, els errors d'apreciació i la polarització". I en aquest àmbit òbviament hi ha una referència als mitjans de comunicació, perquè tenen molt a dir i també molta responsabilitat en el que es pugui construir.

A la Declaració del 95 es feia èmfasi en la importància del diàleg intercultural, interreligiós i del paper dels mitjans de comunicació.

El punt més recent dels tres que assenyalava va dirigir a assolir un espai Mediterrani segons diu literalment la unió amb la Mediterrània: “un espai Mediterrani de pau, tolerància i cooperació” i aquest va ser impulsat el juliol de 2008 a la Cimera de París per al Mediterrani i a proposta del president de la república francesa Sarkozy. Aquesta unió, que sorgeix vinculada a la Declaració de Barcelona i que agrupa 43 països i més de 756 milions de ciutadans de la Unió Europea, d'Àfrica del Nord i l'Orient Mitjà, pot constituir un complement sobre una base política a un procés iniciat l'any 95.

Si a més s'aconsegueix per la ciutat de Barcelona disposar d'aquest Secretariat, per descomptat crec que el compromís dut a terme per part del Govern Espanyol en aquests diferents impulsos que s'han assenyalat, per les autoritats locals i autonòmiques Catalanes i de Barcelona, donarien una representació important no només per a nosaltres en l'àmbit local, Espanyol i Català, sinó també per l'àmbit mediterrani per tot el que significa.

A totes aquestes iniciatives s'uneix molt modestament la que, al fil de la declaració de Barcelona, van impulsar els consells audiovisuals per intentar inicialment tenir una vinculació, tenir una plataforma amb la qual poder traslladar a les autoritats reguladores existents

determinats valors i principis que estaven presents en aquestes declaracions perquè en l'exercici de les funcions d'aquestes autoritats poguessin participar en la regulació dels seus respectius països.

És així que l'any 97 es crea aquesta Xarxa d'Institucions reguladores de la Mediterrània amb l'impuls com deia d'aquests dos consells existents en aquell moment, amb tres objectius: reforçar els lligams culturals històrics, l'intercanvi d'informació sobre el propi sector audiovisual -no existia fins aquell moment una plataforma a través de la qual l'experiència, els límits, les transgressions que ara assenyalava, es posessin de manifest - i al mateix temps la identificació dels reptes comuns. I jo afegiria un quart, que és el d'integrar-se o participar en les diferents iniciatives i fòrums que s'estan plantejant com és en aquest moment l'Aliança de Civilitzacions per una banda i per altra banda la Unió Mediterrània, per des de la autoritat local en cada un dels 16 països on és present aquesta xarxa, traslladar i cooperar en aquests valors on els mitjans de comunicació juguen un paper importantíssim.

La xarxa actualment està formada per 19 autoritats reguladores de 16 països, com a conseqüència de la presència de tres autoritats espanyoles corresponents a les comunitats autònomes que abans deia i dos per part d'Israel. Com no podia ser d'altra manera tots els països que estan integrats a la Xarxa Mediterrània d'autoritats formen part en aquest moment de l'esmentada Unió per la Mediterrània, però per desgràcia no tots els que estan

a la Unió per la Mediterrània són presents a la Xarxa, entre altres motius perquè no tots els països disposen tampoc d'una autoritat independent i per les funcions pròpies que se li atorguen a aquest tipus d'autoritats en el sistema audiovisual dels respectius països.

Així tenim el cas d'alguns observadors com Macedònia o Tunísia, que no disposen d'una autoritat audiovisual específica sinó que és un òrgan administratiu i per tant sense competència de control, de sanció o d'intervenció dins del sistema audiovisual. Per la resta, les experiències de cada un d'ells fa que efectivament amb la varietat de règims que se situen aquí, de sistemes polítics i administracions de drets i llibertats, com també la varietat de sistemes de comunicació individualitzats, compleixen uns mínims establerts a la pròpia declaració fundacional que els porten a participar conjuntament.

La Xarxa té una estructura on s'integren totes les autoritats audiovisuals amb el mateix sostre, amb una reunió anual de plenària de Presidents i una reunió també del Secretariat permanent que fa un balanç dels objectius que es plantegen i un informe que se sotmet al plenari anual.

Malauradament no té, com generalment les autoritats audiovisuals, la repercussió en l'opinió pública i en moltes ocasions per desgràcia tampoc les recomanacions arriben als operadors que estan sotmesos al mandat de les corresponents autoritats. He de ser en aquest sentit franc i dir que tampoc ha existit

una implementació efectiva en algunes ocasions on s'han pogut detectar excessos o violacions en alguna part dels continguts de les televisions de forma conjunta. El que sí que hi ha és una plataforma que a través del diàleg amb aquestes mateixes autoritats trasllada determinats continguts o actuacions que han pogut portar a una transgressió en determinats països, però sense cap capacitat coactiva ni reguladora en el si internacional o transnacional.

Són tres blocs en què se situen les competències i les prioritats de la xarxa. El primer d'ells és el respecte dels valors, principis i drets fonamentals que inclou clarament el respecte a la persona, la condició de ser un altre i la preservació del dret i de l'estat de dret. El segon eix se centra en la protecció de la infància. Crec que això és tremendament rellevant en un projecte de construcció d'una ciutadania cívica mediterrània al nord i al sud, l'atenció sobre els continguts adreçats a la infància. I aquí s'integren tant els continguts de caràcter sexual, expressament pornogràfic, com els de caràcter de violència gratuïta. I el mateix amb el desenvolupament dels menors i l'educació en el respecte als drets humans.

Crec que aquest és un punt important i com veurem és un dels eixos en què s'està centrant ara l'activitat amb els canals, la digitalització i els canals transnacionals en les anomenades "Baby TV", que en les dues últimes reunions celebrades a Granada es va posar de relleu que aquests canals per a menors entre zero i tres anys estan tenint molta rellevància. L'objectiu central ha estat la infància i

la joventut, però hi ha ara mateix un espai per l'accés a la televisió, els usos i costums socials que s'es-tan propagant i uniformant que porta a una preocupació per aquesta franja d'edat entre els zero i els tres anys.

Els dono només una dada perquè coneguim la rellevància, una dada que és d'Andalusia del Baròmetre d'opinió que realitzem anualment però que és traslladable a Espanya, a Catalunya i possiblement a molts altres països. Segons les nostres dades, a Andalusia els nens i nenes menors 12 anys consumeixen una mitjana diària de tres hores de televisió. Això vol dir que al cap de l'any estan consumint un total aproximat de més de 1.050 hores, mentre el sistema educatiu preveu una escolarització en temps d'un 700 hores anuals. Crec que aquesta dada tan simple però tan reveladora pot cridar l'atenció no només per al cas local sinó en un projecte d'aquestes característiques de l'atenció que han de tenir els menors en la construcció d'un espai cívic i ciutadà Mediterrani.

Finalment sent conscient de les limitacions d'un projecte d'aquestes característiques i una associació en xarxa, en cooperació amb països, institucions i autoritats i sistemes audiovisuals molt diversos, que no solucionarà immediatament les grans bretxes que assenyalava en aquest moment en les opinions públiques -que són constatables i existents. Però per descomptat sí alerta en aquesta esfera institucional que en el camp de les accions que s'estan duent al més alt nivell no quedi en la referència als mitjans de comunicació com mera retòrica,

sinó que puguem ser -si em permeten una expressió molt col·loquial - la mosca amb agulla que recordi a aquests projectes d'alt nivell que no és mera retòrica el tema dels valors, que no és mera retòrica el paper dels mitjans de comunicació. I per tant que no solament estigui a l'agenda sinó que a més com deia el Conseller es disposi dels mitjans econòmics necessaris per dur a terme projectes que fomentin aquests valors -i organismes com pot ser la Plataforma de Regulació- de forma independent d'uns continguts universals i uniformadors en principi, avui valors consensuats en les democràcies avançades.

Between change and resistance: Analysis of the islamist parties coverage by the egyptian and moroccan media before and after the arab spring

Valentina Saini

*Investigadora del Laboratori de Prospectiva i Recerca en
Comunicació, Cultura i Cooperació de la UAB (LAPREC)*

Introduction

We need to begin this paper by providing some explanations about the wider work context it belongs to. After that we will proceed by briefly discussing the theoretical framework on which this wider work is based starting with Islamism. Indeed, it may be argued that it is not possible to determine the press treatment of Islamism without first getting to know that phenomenon. We will then continue by focusing on the media and especially on their participation in the daily construction of social reality. Then the focus will be placed on some aspects of the media practice that

actually construct the daily social reality such as the agenda setting, the interpretation of events and the treatment of issues. After a brief introduction to the analysed Egyptian and Moroccan newspapers as well as to our methodology, we will finally explain the results of our analysis along with our conclusions.

It shall be highlighted that this communication is part of a work in progress, so it will not be possible for us to analyse our whole sample, which is made of 707 units. For this reason, we decided to analyse only 20% of the sample collected in each newspaper.

This communication is part of my PhD thesis work entitled: *Social construction of the Euromediterranean space. European policies and treatment of Islamism in the region's press before and after the Arab Spring*. The thesis is directed by Dr. Teresa Velázquez, Professor of the Communication Science and Journalism Department of the Universitat Autònoma de Barcelona. It is also the continuation of my mid-term thesis disserted in September 2011 entitled: *Social construction of the Euromediterranean space. European policies and treatment of Islamism in the information of the press*⁶.

⁶ The results obtained through this research correspond to the research project: "Social construction of the Euro Mediterranean space in the media. Information in press and television" (CSO2009-01579SOCI). The research is financed by the Spanish Ministry of Science and Innovation (2009 – 2011). Researchers of the project (in alphabetic order): Hassan Abbas, María Luz Barbeito, Tayeb Boutbouqalt, Carmina Crusafon, Olga Del Río, Natalia Fernández Díaz, Abdelouhad Elimrani, Elisabet García Altadill, Juan Antonio García Galindo, Francisco Martínez, Lucía Molina, Nieves Ortega, Elisabeth Peña, José María Perceval, José Manuel Pérez Tornero, Fernando Sabés, Susana Tovías, Sahar Taalat. Teresa Velázquez (main researcher). Scholarship holder participating in the project: Ricardo Carniel. PHD students participating in the project: Cristina Marques and Valentina Saini.

The thesis aims at analysing and comparing the treatment of Islamist groups in the European and Arab press spotting differences and similarities, and especially focusing on the participation of the media in the construction of the reality around this specific matter. This subject acquires particular significance considering the Barcelona Process-Union for the Mediterranean policies to build a Mediterranean area of peace, stability and prosperity as well as to foster intercultural understanding between the “Muslim World” and the “West”. While the mid-term thesis only analysed samples collected in newspapers that were published long before the so called Arab Spring (all of it was part of dailies published in 2009) the thesis analyses information and opinions published both before and after the Arab Spring. We thought that it would be especially interesting to analyse such a sample as it offers the opportunity to spot possible differences between the treatment of Islamism before and after the unprecedented events of the Arab awakening. As for this particular communication, we will focus on part of the above mentioned thesis and specifically on how the Egyptian and Moroccan press treat the phenomenon of Islamism and Islamist groups and parties.

Theoretical framework

Islamism

We decided to analyse how the media treat Islamism because it is indeed one of the widest and most

important phenomenon in the Arab countries. We can find its origins in Al Afghani (1839 – 1897) and see its diverse and heterogeneous evolution in groups and parties as diverse as the Egyptian Muslim Brotherhood, the Moroccan Justice and Development Party and the Palestinian Hamas. According to Al Afghani, if the Muslims wished to recover their strength in order to counter and win the colonial powers, they had to find their unity under the flag of Islam again, reforming it as a social and political system. This is the basis of the Salafi current, also called pan-Islamic, which interprets Islam not only as a religion but also as a civilization.

The French Arabist François Burgat⁷ identifies three phases in the evolution of Islamism. The first one is set in the Nineteenth century, when the phenomenon emerged under and as a reaction to the presence of the colonialist powers in the Arab regions. The second one in the context of the newly independent Arab states; and finally the third one is set in the Nineties after the fall of the Berlin wall. According to Burgat, while during the second phase the attention of the Islamists was focused on the Arab domestic regimes, which harassed and contained them, the third phase determines the creation of international violent groups (of which Al Qaida would be the main example) whose enemy is the “crusaders and Zionist” alliance while national Islamist movements

⁷ BURGAT, F. (2006) *El islamismo en tiempos de al-Qaida*. Edicions Bellaterra, S.L., Barcelona.

and groups still face important restrictions to their political participation in most Arab countries.

More generally, we can argue that at its origins Islamism tried to find in Islam the solutions to economic, social and political problems affecting the Arab countries as well as a common code and basis for social and political regulation for all Muslim peoples. According to Martín Muñoz⁸ the term Islamism represents a “neologism that points out the existence of a Muslim reformist movement that includes not only a socio-cultural project but also a political one”. Despite the high degree of diversity and heterogeneity of the Islamist phenomenon, one of the factors was that all of its movements and groups suffered, in one moment or the other and in different degrees, from the harassment and repression of the regimes that attained to power after the rise of the independent Arab nations.

As we explained briefly and in more general terms, Islamism has quite a long history. The first structured and organized movement belonging to this ideological current was founded by the Egyptian Hassan Al Banna in 1928 under the name of Muslim Brotherhood (*Ikhwan al Muslimin*). Besides Islamism, Bayat identifies a more recent phenomenon which he calls post-Islamism. According to him:

⁸ MARTÍN MUÑOZ, G. (1999) *El Estado árabe: crisis de legitimidad y contestación islamista*. Barcelona, Bellaterra cop., 291

“Islamists become aware of their system’s anomalies and inadequacies as they attempt to normalize and institutionalize their rule. [...] Not only a condition, post-Islamism is also a project, [...] it represents an endeavour to fuse religiosity and rights, faith and freedom, Islam and liberty”⁹.

Despite all the difficulties that Islamist groups and movements had to face both from the outside and from within, their presence as important social groups is unquestionable and it was made patent soon after the Arab Spring. Without being promoters and despite their low-profile participation in the marches, rallies and manifestations that led to the unprecedented consequences we all know, the Arab Islamists have come to power both in Morocco and in Egypt for the first time in their whole history. The leader of the Moroccan Justice and Development party, Benkiran, is the first Islamist Prime Minister in the country’s history; as for Egypt, the country is experiencing its first free presidential elections and one of the two best-performing candidates is Mohammed Morsi, the Muslim Brotherhood’s presidential candidate. Before that, the parliamentary elections resulted in an Egyptian parliament mostly made up of the Brotherhood and the Salafists. A new, important phase has begun for Islamists in different Arab states: they are getting the political role that for decades they have been struggling for and they are therefore receiving important responsibilities in

⁹ BAYAT, A. (2007) *Making Islam democratic. Social movements and the post-Islamism turn*. Stanford, University Press, 11

front of those countries' population. They are currently taking an important challenge; it is their chance to succeed or to fail in actually connecting with the needs and hopes of the people by facing concrete issues that have their voters concern, though under an Islamist reference, without focusing on purely formal religious problems which would certainly cause quite worse results for them in the next elections. The divisions of the society of these two countries pose a complex challenge to the newly elected political elite. Undoubtedly, most young Egyptian revolutionaries feel at least puzzled by the fact that the second round of the country's presidential elections is going to be between the Muslim Brotherhood's Mohammed Morsi and the former regime's member and exponent Ahmad Shafiq, while both Khaled Ali and Hamdeen Sabbahi, considered to be the preferences for most revolutionaries, performed rather poorly.

In such a fragmented and to a certain extent unstable and uncertain political situation in both countries, it is particularly important to see how the media are acting. Whether they are being mostly neutral or more or less overtly campaigning in favour of some and in detriment of others, whether they are contributing to a successful transition and to social justice and peace despite societal divisions. Are the media in these two countries acting as a guarantor and promoter of interaction of the different sectors of society and public sphere? And what differences, if any, can we find in the media treatment of

Islamism and Islamist groups after the Arab Spring compared to their treatment before it?

Media and social reality construction

From the sociology of knowledge, Berger and Luckmann (1966) built the bases to understand that media are fundamental institutions in the process they call social construction of reality. The correspondent theory separates the reality defined as the one that is independent from our will, from social reality, which is the one that is constructed, perceived, interpreted and re-constructed by human beings. In this sense, referring to the second type of reality (which they also call reality of daily life) Berger and Luckmann¹⁰ affirm that it is socially constructed. Tuchman, who defines the media as the window through which we see what happens in the world, also explains that,

“[...] the news media play an important role in the news consumers’ setting of a political agenda. Those topics given the most coverage by the news media are likely to be the topics audiences identify as the most pressing issues of the day”.¹¹

In Communication Studies much work and analyses have been focused on how the media contribute to the social construction of reality and also on the effects and influence they can have on people, on the audience.

¹⁰ BERGER, P.L. and LUCKMANN, T. (1966) *The social construction of reality*. London, Latimer Trend & Co.Ltd

¹¹ TUCHMAN, G. (1978) *Making news. A study in the construction of reality*. New York, The Free Press, 2

Some intrinsic processes of the production of the media discourse have been identified as important factors in this process of reality construction. Among them the most important have been found to be the following:

- a) agenda setting
- b) framing
- c) interpretation
- d) treatment

Agenda setting and framing

The daily content of the mass media is the result of an institutionalised process, proper of each media organization, that consists in selecting, excluding and classifying news depending on their relevance. This means that the media are not a mirror of the total reality around us; instead they select some events and offer them to the audience according to a number of criteria. Through this system of daily functioning, the media is an essential actor of social construction of reality. As well explained by Mar De Fontcuberta¹² the agenda setting reflects the evaluation of daily events made by the media and also their intention to transmit this (and not a different) order of importance to the audience so that people consuming that particular media perceive and assume that order of importance. Without forgetting the relevance of everyone's perception of the media messages, it is true that we, as the audience,

¹² DE FONTCUBERTA, M. (1993) *La noticia. Pistas para percibir el mundo*. Barcelona, Paidós Ibérica S.A.

unconsciously perceive the framing that each media operates on daily reality. This determines that some news are assigned more importance than other, while a number of events is simply excluded by mainstream media every day for reasons which can vary. Some media can exclude certain types of events from their agenda because of their editorial policy or their political orientation or there can be events that according to the well-established criteria that determine whether an event can become news, simply do not get to be included in the agenda of the mainstream media.

Marini¹³ also highlights the fact that the more information is given on one subject, the more important the society is going to consider that subject to be. Yet, the consequence of the agenda setting process is not limited to what finally appears on the first page of a daily. According to Marletti¹⁴ the agenda setting most importantly consists in preparing the cognitive framework and the interpretative categories for the audience to assess news. Media have already been proved unable to actually determine how the audience should think *about* the news they present, yet they certainly play a key role in influencing *what* the audience thinks *about* that, which issues dominate the public debate and the daily life of society.

¹³ MARINI, R. (2006) *Mass media e discussione pubblica*. Roma-Bari, Giust. Laterza & Figli

¹⁴ MARLETTI, C. (1985) *Prima e dopo. Tematizzazione e comunicazione politica*. Torino, RAI Radio Televisione Italiana

The framing process is also essential for the social construction of reality, as it consists in an in-depth treatment of a subject or event which normally catches and receives longer attention than other news by the media. This implies that such events are implicitly considered to be much more important than others for the media which will also determine that major public attention is focused on certain news, making other events appear less relevant or even disappear. Of course, such a prolonged and in-depth treatment of certain events also contributes to shape a specific vision of those events in the collective long-term memory of the members of a society¹⁵. News framing becomes even more relevant when we consider that the influence of media is usually stronger in moments of crisis or breach with usual schemes. Events such as September 11th have undoubtedly been framed and it is possible that the framing made of that event by some Western media contributed to the creation of a collective symbolic imagery of “Islamist terrorism” in which Islamist groups and parties that never used violence or stopped using it decades ago were also included. This kind of framing that finally became the interpretative routine of those media is possibly the cause of the fact that most information about Islamist groups in the European media is related to terrorism¹⁶. When an event is framed

¹⁵ VELÁZQUEZ GARCÍA-TALAVERA, T. (1992) *Los políticos y la televisión: aportaciones de la teoría del discurso al diálogo televisivo*. Barcelona, Ariel

¹⁶ SAINI, V. (2011) *La construcción social del espacio Euromediterráneo. Políticas europeas y tratamiento del islamismo en la información del medio prensa*. Mid-

by the media it usually becomes a subject of public debate and this debate inevitably carries within itself different ideological interpretations and considerations that do not only shape the way in which the audience interprets the debate at that particular moment, but that will also enter the collective memory of the related subjects. It is in these particular moments that the treatment of the media becomes particularly important as it can promote diversity and dialogue among various sectors of society or, instead, it can promote prejudices and stereotypes that finally contribute to the polarization of those various sectors of society. So it is also particularly relevant in periods of transition from an authoritarian rule to a democratic system.

Interpretation and treatment

Of course, after the media select the news and establish their agenda we have also to focus on another aspect of their routine that is crucial in their contribution to the social construction of reality, that is the interpretation they do of the news, how they choose to tell the news, with which formal aspects and, more importantly, through which language. The processes through which media interpret reality are not actually different from those that every person experiences in their interpretation of everything that happens around. Still what differs is the range of its consequences, in fact

despite the overcoming of the transmission model and the need to consider the obvious and important role of the receivers of each message in its construction and interpretation this obviously contributes to the symbolic construction of social reality. As Diezhandino¹⁷ states, journalists are not simple intermediaries between what happens and the audience, but they are observers, classifiers and interpreters of the reality. That is why the media are interpretations of reality, not its simple reflection. This is not only because of the above mentioned processes of agenda setting and framing but also because of the language used, which is also interpretation and not the mirror of what we perceive. The same thing can be explained by using different words and, most of the times, choosing one fact or another depends on the interpretation we want to transmit to the others in order to persuade them of what we are saying. According to Fowler¹⁸, differences in expression always imply ideologies and consequently also different interpretations. This is where we find the important issue of “bias”. It has already been accepted by journalism professionals and also by scholars that total “objectivity” is impossible not only because every person working in the news interprets what happens according to their symbolic and perceptive categories, but also because of the very productive routines of the

¹⁷ DIEZHANDINO NIETO, M.P. (1994) *El quehacer informativo*. Bilbao, Servicio Editorial Universidad del País Vasco

¹⁸ FOWLER R. (1991) *Language in the news. Discourse and ideology in the press*. London, Routledge

news media machine. The only operation of selecting what events deserve to be turned into news is a first-degree interpretation.

The phases of agenda setting, framing, interpretation and treatment are the most important ones in the productive routines of the media for the phenomenon of social construction of reality. We can actually relate the process of treatment to the origins of Berger and Luckmann's institutionalization concept. According to them,

“All human activity is subject to habitualization. Any action that is repeated frequently becomes cast into a pattern, which can then be reproduced with an economy of effort and which, ipso facto, is apprehended by its performer as that pattern. [...] Habitualized actions, of course, retain their meaningful character for the individual although the meanings involved become embedded as routines in his general stock of knowledge, taken for granted by him and at hand for his projects into the future. [...] These processes of habitualization precede any institutionalization [...].”¹⁹

The passage from the selection to the treatment of news is essential in the construction of reality by the media. As Giacomarra²⁰ explains, during this phase, news pass from being an event to a narration; therefore they pass from a reality made of concrete things and actions to another one made of words. When we study the

¹⁹ BERGER, P.L. and LUCKMANN, T. (1966) *The social construction of reality*. London, Latimer Trend & Co.Ltd, 71

²⁰ GIACOMARRA, M. (1997) *Manipolare per comunicare. Lingua, mass media e costruzione di realtà*. Palermo-Firenze, Palumbo Editore

treatment in news media of a certain subject or event we need to take into account more than the words chosen for the narration of news and we also have to focus on the page that the newspaper chooses for them, whether they are accompanied by pictures or not (and the message carried by those pictures), and the other news that appear in the same page, as well as possible opinions and/or analyses related to that subject. Eventually, it is in the treatment of one specific subject or event that we need to look for the discourse produced by the media on it, as well as for the symbolic and interpretative categories it carries and its embedded meanings.

The press in Egypt and Morocco

When referring to the mass media in the Arab countries we observe that, in general, they have always been closely linked to politics. The regimes of Arab recently-founded independent nations soon realised how important media are in shaping public opinion and how fundamental it was to have some degree of influence and control on them, especially at “critical” times. The period that immediately followed the independence of many Arab countries was characterized by the natural instability that affects any national political system in a period of transition (such as the scenario that Egypt and, to a different extent, Morocco are going through). Furthermore, that particular moment was also affected by the confrontation between Arab nations and the

newly-founded state of Israel. So the Arab regimes justified their influence on the mass media as a necessary measure to ensure that people would support governmental policies in such a critical and tricky context.

William Rugh²¹ identifies four categories in which he classifies Arab media: mobilization media, loyalist media, diverse media and transition media. According to his analysis, Morocco belongs to the third one while Egypt to the fourth one. After Morocco reached its independence the state opted for promoting a pluripartidist system in order to avoid the emergence of a hegemonic political force. In this respect, this pluripartidism option is reflected in the high number of newspapers and magazines offered to the audience in Morocco. Most newspapers and magazines are private-owned and they offer quite diverse political tendencies, editorial policies and styles. Yet, according to Mohsen Finan²² the high number of publications of the Moroccan media scene does not necessarily prove the existence of a real pluripartidism or freedom of expression. She actually identifies the increasing number of press publications more with the presence of a developing market rather than with the true institution of a new power (the famous “fourth estate” that is necessary in an under-construction democracy). Actually, although

²¹ RUGH, W. A. (2004) *Arab Mass Media. Newspapers, Radio and Television in Arab Politics*. Praeger, Westport, Connecticut, London

²² MOHSEN FINAN, K. (dir) (2009) *Les Médias en Méditerranée : nouveaux médias, monde arabe et relations internationales*. Actes Sud, MMSH, Barzakh

the Moroccan constitution guarantees freedom of expression and press, there are some red lines that cannot be crossed, the most important of which being Islam, the monarchy, and the governmental policies on the Western Sahara conflict.

For what concerns the two Moroccan newspaper we analyse, they are Al Sabah and Al Masseur, both privately-owned. Al Sabah belongs to the group Eco-Media and was created in 2000. Despite its economic independence from the government this newspaper is identified as quite close to the positions of the monarchy²³. Al Masseur was founded in 2006 by Rashid Niny, who had previously worked as a journalist for Al Sabah causing some problems to the Eco-Media directors who were cited for trials in a number of occasions for his chronicles. When he founded his own newspaper he continued to work with the same orientations he had under Al Sabah. As a matter of fact he was released last April after completing a one-year prison sentence. International organizations for the defence of human rights and freedom of expression condemned the fact that his trial was conducted under the criminal code rather than the media law as well as the reasons for which he was sued. Through his column “Shuf Tshuf” he is known for highlighting corruption and abuses committed by the kingdom’s high ranks and authorities.

²³ FIBLA, C. (2008) *La prensa magrebí a contracorriente*. Afkar/Ideas No. 16 (Winter 2007/2008) Barcelona, IEMed and Madrid, Estudios de Política Exterior

As for Egypt, we can identify three types of newspapers in this country. Firstly there are state-owned newspapers, such as Al Ahram, Al Akhbar and Al Jumhuriyya which are closely controlled by the government. Their editors and directors have always been appointed by the president and, after the January 2011 revolution, it was the Supreme Council of the Armed Forces that appointed new directors. Secondly we find party-linked newspapers. It is the case of the daily Al Wafd named under the homologous party and of Al Araby, a weekly magazine published by the Nasserist party. It could be argued that if the opposition parties are also allowed to have their own publications then these would express their opinions, which should be generally opposite to those of the ruling party. Yet, we need to take into account the fact that the Egyptian law ruling the foundation of parties was meant to guarantee a strong and effective control by the government on the political forces that are allowed to constitute a political party. Therefore, once a party is actually allowed to be created, it must abide those red lines that cannot be easily crossed without any consequences. Thirdly we find the most recent type of Egyptian press that is the private-owned newspapers and magazines. Some of the newspapers belonging to this category are Al Shorouk Al Gadid, Al Masry al Youm and Al Dostour. This kind of press is neither state-owned nor linked to any political party and it actually struggles to be a credible, strong alternative to the other two kinds of Egyptian press and, for this reason, it faced penalizations and even penal

trials for crossing some red lines. It was the case of Al Dostour's former Editor-in-Chief Ibrahim Eissa, who faced conviction and a financial fine for bringing the possible consequences of former president Hosni Mubarak's precarious health conditions to the public attention and debate. Finally we can state that the media have an important role in influencing public opinion in Egypt and at the same time that they do not play as neutral institutions but instead embed their political preferences and ideologies in the way they choose to represent reality.²⁴

We decided to analyse Al Ahram and Al Shorouk for our work. As in the case of Morocco their political orientation is quite different. While, as we explained, Al Ahram is a state-owned newspaper Al Shorouk is a private one. Al Ahram is the oldest newspaper in the Arab world. It was founded as a weekly in 1876 and it became a daily in 1881. Its independence is at least restricted because of its economic dependence on the Egyptian government and also because its directors and editors in chief were always appointed by the president. After the Arab Spring the Supreme Council of the Armed Forces appointed new personalities to run the newspaper but it still is state-owned. On the contrary Al Shorouk is a very young Egyptian newspaper, it was founded in 2009 and belongs to the editorial group Dar

²⁴ ABOU-EL-FADL, R. and ÖKTEM, K. (2009) *Mutual misunderstandings? Muslims and Islam in the European media. Europe in the media of Muslim majority countries*. European Studies Centre. Oxford, University of Oxford

Al Shorouk, currently one of the leading editorial groups in the Arab region. This newspaper is known as a liberal-oriented one which during the revolution made a continuous and in-depth treatment of the events since its start, while Al Ahram practically denied that reality until the 12th of February, the day after former president Mubarak resigned. Among its usual columnists we find some of the main Egyptian liberal intellectuals and personalities such as Alaa Al Aswany and Nawal El Saadawi but also exponents from other currents and sectors of the society.

Methodological aspects

As we advanced in the introduction this paper analyses only 20% of the sample collected in four Arab newspapers for our PhD thesis that is constituted by over 700 units. This reduced sample includes news published in 2010 and 2011 and will also be compared with the units we analysed for our PhD mid-term work that belong to 2009. These refer to the second and third week of March 2009 while the 2010 sample is constituted by the last week of November and the first of December. Finally, the 2011 sample gathers news published during the last week of May and the first of June and during the last week of November and the first of December. It is a quite extensive sample that allows us to analyse the treatment of Islamism in the selected newspapers in different moments of these countries'

history and consequently also of Islamist groups and parties. We selected information and opinion units if one or more Islamist groups were cited in its headlines or subheads. For this paper we designed a questionnaire about the treatment of Islamist groups in the Egyptian and Moroccan newspapers that has some variables in common with the questionnaire we applied to the 2009 sample in our mid-term work. Some variables focus on formal aspects of the newspapers' treatment of Islamist groups and parties while others are useful to determine the role that Islamist groups appear as having in each unit. The questionnaire is only applied to the units' headline and subheads. We will now start the analysis of our data by giving some explanations of our findings about the newspapers' treatment of the Islamist phenomenon before the Arab Spring and after it. The collected sample has been analysed using the Statistical Package for Social Sciences (SPSS).

Quantitative methodology: content analysis

While for our PhD thesis we are going to apply both quantitative and qualitative methodology we opted for just a quantitative analysis for this paper. Content analysis is one of the main methodologies used in Communication Studies. Actually the beginning of the academic research on the mass media is also identified with the need to apply content analysis as a technique that allows to quantify previously determined aspects of a text and to achieve reliable and quantitative results about the messages transmitted by the media. For a

long time one of the main reasons for using content analysis was considered to be that it was a methodology that needed to be objective, reliable and repeatable.

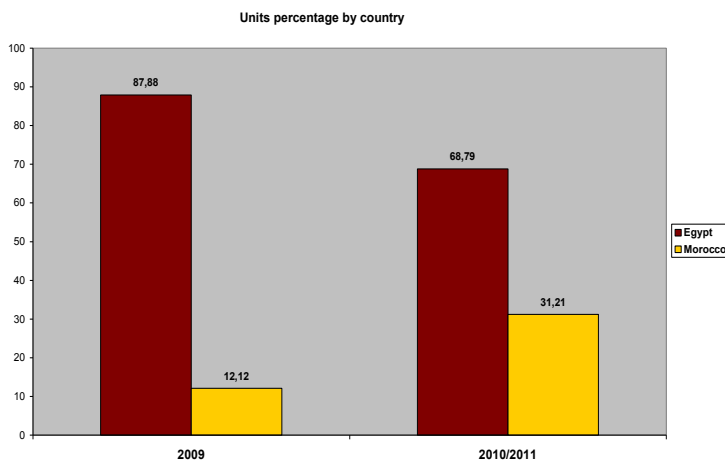
In other words, if different researchers had applied the same questionnaire to the same sample they should have obtained the same results. Nonetheless nowadays it is assumed and accepted by the academic world that total objectivity is not possible to achieve when using this methodology. Despite being employed as a quantitative analysis we can not forget that content analysis is also a fundamentally qualitative methodology as it is based on a theoretical framework through which every researcher specifies the analytical categories he/she is going to apply. According to Hansen²⁵ every researcher using this technique is going to start by identifying the text's aspects that are relevant for the analysis, which implies taking a decision and making a subjective choice based on the investigation's theoretical framework.

Islamism in the Egyptian and Moroccan press before and the arab spring

As a general and initial consideration we can find a common feature of the samples collected in 2009, 2010 and 2011. In both samples we see that the majority of units related with Islamist groups were found in the Egyptian newspapers while it seems that Moroccan

²⁵ HANSEN, A. (1998) *Mass Communication Research Methods*. London, MacMillan Press

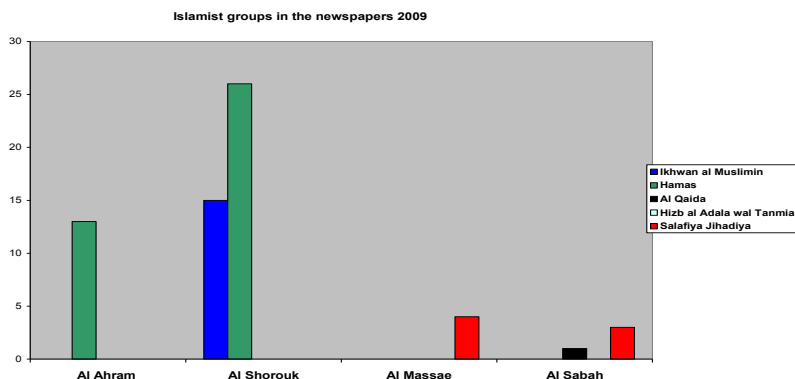
diaries pay less attention or give less space to Islamist groups and parties.



As we can see in Graphic 1 and 2 we find common features at a quantitative level in the treatment of the same newspapers along the two years. First of all we can see how the Muslim Brotherhood is totally inexistent in the sample collected from the Egyptian newspaper Al Ahram while it is the most present in the sample of Al Shorouk. This makes us understand that the reason why the Muslim Brotherhood was invisible in Al Ahram was not that it had not an active role in the social and political scene and, therefore, news; it was instead part of its editorial policy to symbolically annihilate the main political opposition force to the regime. The fact that the Palestinian Hamas was so visible in the sample of both Al Ahram and Al Shorouk in 2009 is due to the

negotiations that Cairo was hosting at the time between Al Fatah and Hamas.

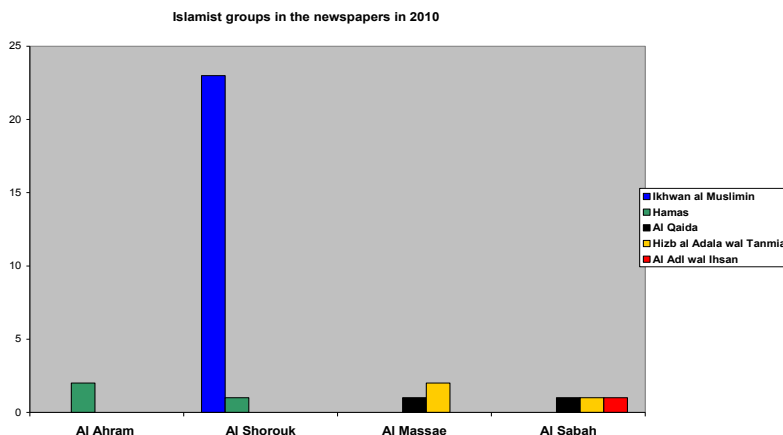
Graphic 1.



As for the Moroccan newspapers we found some differences between the 2009 and 2010 sample. In the first one we noted that all units that treated Islamist groups were related to terrorism (and in fact we found Al Qaida and the Salafiyya Jihadiyya) and that the Party of Justice and Development (Hizb al Adala wal Tanmia) had not been visible in any headline or subheads of the two newspapers.

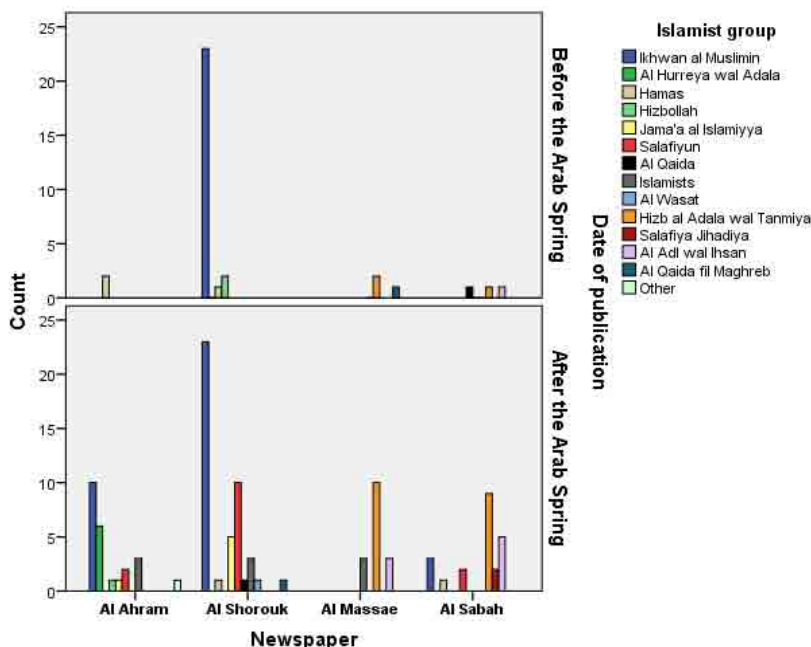
Such a trend seems to have changed in the 2010 sample, as we can see in Graphic 2, which shows cases related to the PJD both in Al Massae and Al Sabah.

Graphic 2:



While the two Moroccan newspapers still have in common the presence of Al Qaida in 2010 we see that the Islamist movement Al Adl wal Ihsan is only visible in the sample collected from Al Sabah. In Graphic 3 we can also see how Al Adl wal Ihsan only starts being visible in Al Massae's sample of 2011.

Graphic 3



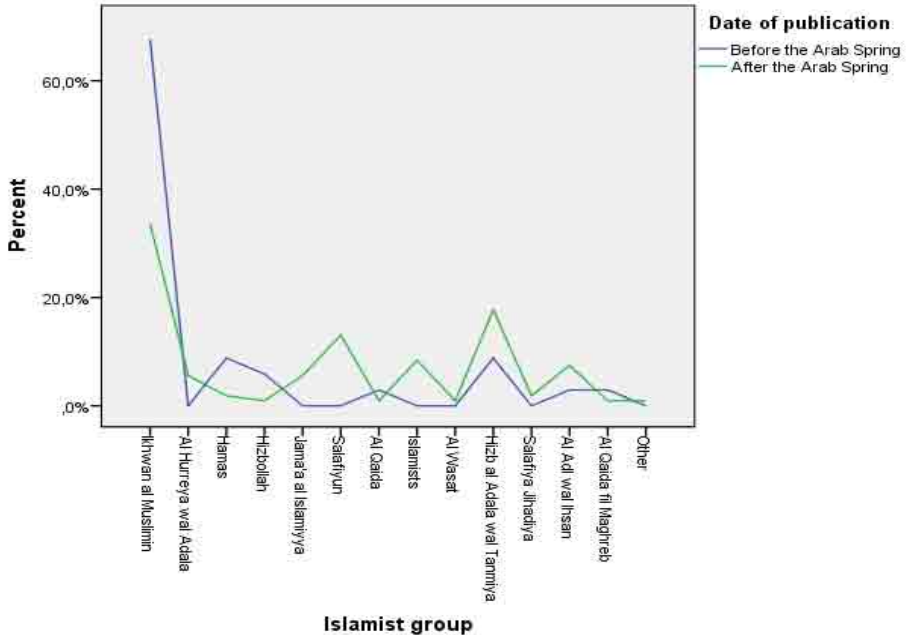
Graphic 3 and 4 show an important aspect: not only there was an increase of the attention paid by the newspapers to Islamist groups after the Arab Spring but the sample that was collected after it also presents an important rise of the variety of Islamist actors participating in society and politics. Even Al Shorouk that was the newspaper which paid most attention to the Muslim Brotherhood starts making visible other Islamist actors after the Arab spring such as the Salafists, the Jama'a al Islamiyya and the Islamist currents in general.

As for Al Ahram Graphic 3 clearly shows how the Muslim Brotherhood only starts being visible in this state-owned newspaper after the Arab Spring together with Al Hurreya wal Adala, the party founded by the Muslim Brotherhood after the fall of former president Mubarak.

The two Moroccan newspapers also go in the same direction, showing an increase of both quantitative units and of the variety of Islamist actors they make visible. Yet they also present a factor of continuity with the samples collected before the Arab Spring as a significant part of their units still have terrorist groups as their protagonists. In fact we can see Al Qaida in the Islamic Maghreb and the Salafiya Jihadiya among the Islamist actors they pay attention to. This is an element we identified in our mid-term PhD work. We found that 100% of the units collected in Al Massae and Al Sabah in March 2009 were related to terrorist groups and specifically to Al Qaida and the Salafiya Jihadiya. There was no information about politically active Islamist groups or parties in the headlines and subheads of those newspapers our sample.

Graphic 4 also shows the increase in the variety of Islamist actors that are visible in the selected newspapers after the Arab Spring in both countries.

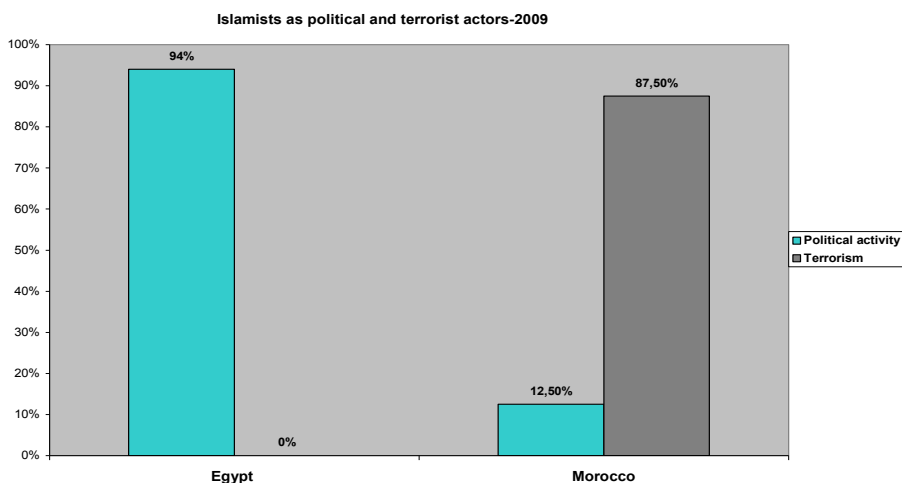
Graphic 4



We are now going to analyse the representation that these newspapers do of Islamist groups and parties as political actors. As we already anticipated we found significant differences between the treatments of Islamist groups made by the Egyptian and the Moroccan newspapers in 2009. As we see in Graphic 5 while most of the units related to Islamist actors in the Egyptian press represented them as being involved in political activities, the contrary happened in the Moroccan press which mostly represented them as actors involved in terrorism. This is due to the fact that most of the

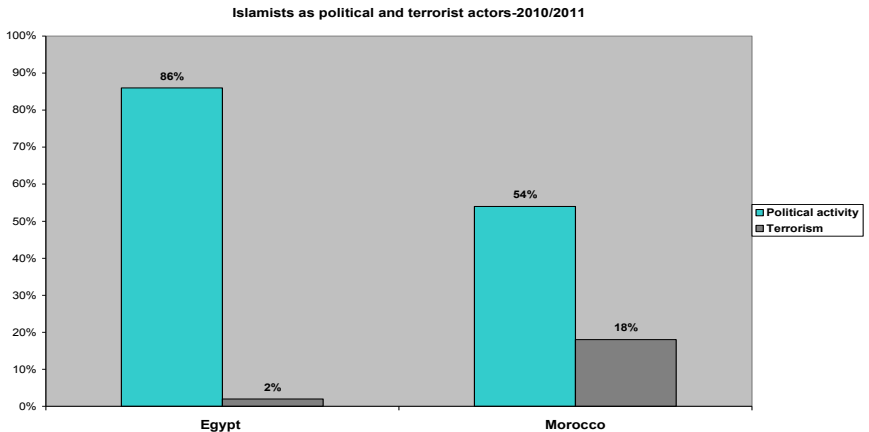
Moroccan sample focused on terrorist organizations such as Al Qaida and the Salafiya Jihadiya.

Graphic 5



Graphic 5 shows us that terrorism was virtually inexistent in the Egyptian newspapers in the sample collected in 2009 and that Islamist actors were almost totally represented as involved in political activities. On the contrary we found that in the sample collected in the Moroccan newspapers published in 2010 and 2011 the attention for the Islamists as political actors has increased significantly compared to the sample of 2009 and that the focus on terrorist groups has decreased, as Graphic 6 shows.

Graphic 6



Graphic 7 allows us to provide a more detailed analysis of the political activity of Islamist groups and actors in the sample collected in 2010 and 2011. The results are interesting because they highlight the differences in the treatment of Islamist groups among the different newspapers but also within the same newspaper depending on the period.

The graphic clearly shows quite important differences between the political activity of Islamist groups and parties made visible before the Arab Spring and after it. First of all we can see that only after the Arab Spring Al Ahram shows Islamist groups in activities such as opposition, statements and opposition to the militaries. Yet if we compare it with Al Shorouk we see an

interesting trend: in this sample Al Ahram never shows the Muslim Brotherhood as being developing their electoral campaign, while Al Shorouk does both before and after the Arab Spring.

This is particularly interesting as it strengthens the observation of Al Ahram's treatment of Islamist actors before the Arab Spring. Our 2010 sample corresponds to the legislative elections of that year, the last that happened under Mubarak's rule and which registered an important record of electoral frauds. As in 2005 the Muslim Brotherhood, despite not having a party, was the most organized and the strongest political force in the opposition and yet (better said, right because of this) it was absolutely invisible in Al Ahram.

On the contrary, Al Shorouk represented the Brotherhood as a political actor that was conducting its electoral campaign and also under harassment through a number of detentions among its candidates and supporters. After the Arab Spring both Al Ahram and Al Shorouk focus on the internal divisions of the Islamist forces (mostly of the Muslim Brotherhood) and Al Shorouk also represents the Brotherhood as having positions opposed to those of the revolutionaries in quite a high number of cases.

These units refer fundamentally to the will of the revolutionaries to protest against the military rule with *miliouniyya* rallies for which they were not supported by the Muslim Brotherhood as a whole movement.

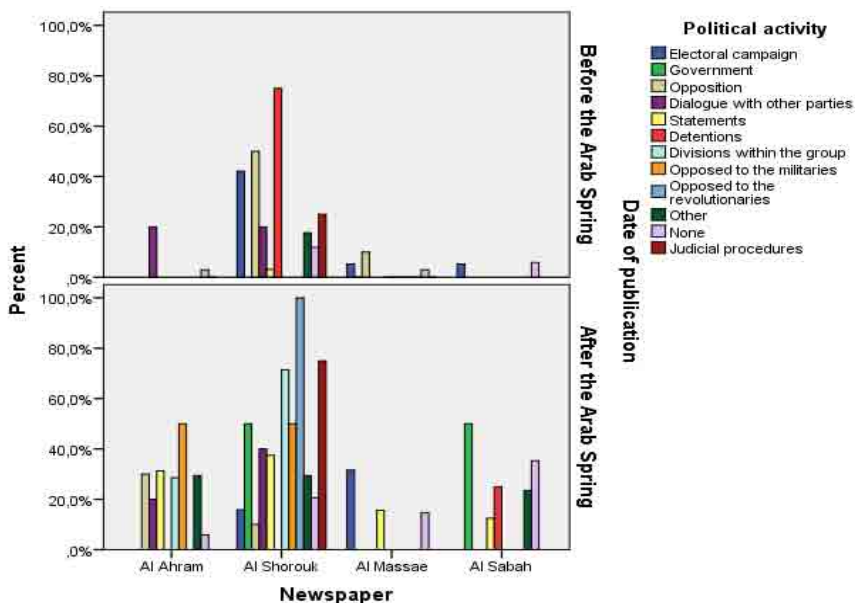
Nonetheless important parts of the youth of the Islamist movement disobeyed the leadership's instructions and took part to the rallies in Tahrir Square, making the divisions within the movement visible. Such an aspect was also highlighted by Al Ahram. As for the Moroccan newspapers we can see that before the Arab Spring Al Massae and Al Sabah gave very little attention to the electoral campaign of the PJD and only Al Massae gave some space to the representation of the Islamists as opposition forces. After the Arab Spring we find a rise in the variety of the political activities of the Islamists in both dailies.

They give some space to the Islamists' statements but for the rest we see mostly differences between the two newspapers. We see that only Al Massae makes the PJD's electoral campaign visible; on the other hand only Al Sabah represents Islamist parties in governmental activities and also highlight the detentions of members of other Islamist groups such as Al Adl wal Ihsan. One last interesting aspect of the Moroccan newspapers' treatment of Islamist groups and parties is that before the Arab Spring Al Sabah does not represent them as having an opposition role.

With the exception of an insignificant percentage that represents them as being in electoral campaign, political groups are practically inexistent from its pages. Al Massae instead, which is closer to the monarchy, represents them as opposing forces before the Arab Spring, though in very poor percentages. In this we see a

difference between Al Ahram and Al Massae, both close to their countries' governments although in very different ways and extents. While Al Ahram symbolically annihilates the main opposition to the regime, the Muslim Brotherhood, Al Massae gives the Islamists little space representing them as political forces and also in electoral campaign, which is a treatment that is quite closer to reality than the one made by Al Ahram.

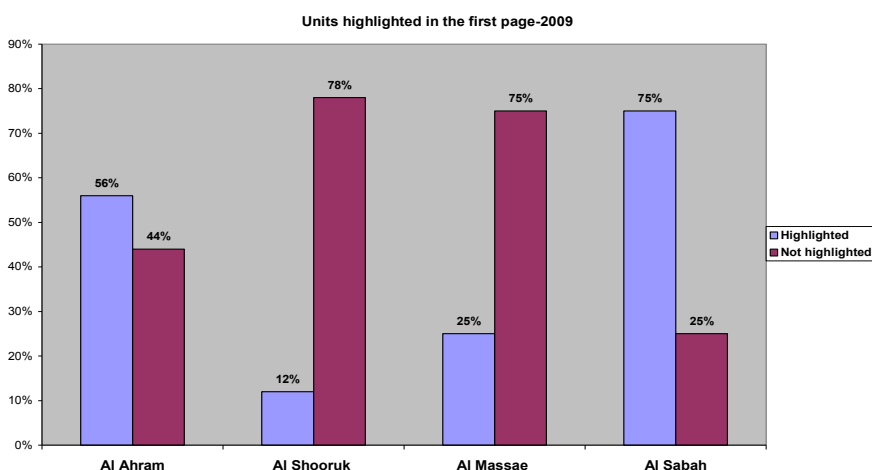
Graphic 7



The first page of a newspaper is also very important for its contribution to the social construction of reality, as it is the space in which a daily highlights the issues it considers to be the most important. So we think it could

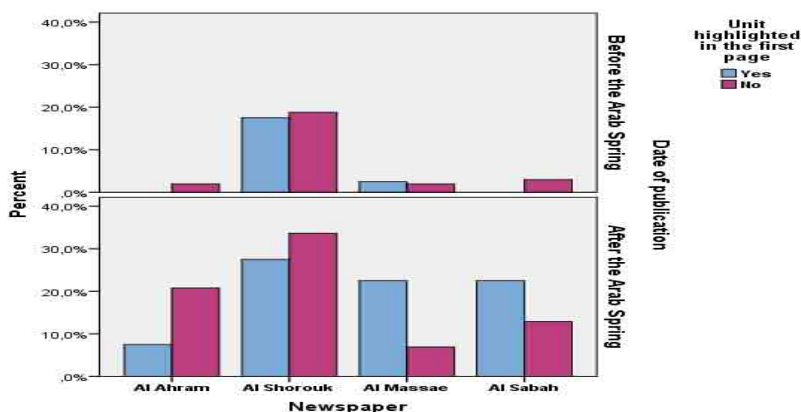
be interesting to verify which newspapers give space to Islamist groups and parties in their first page before and after the Arab Spring. Graphic 8 shows the data related to the 2009 sample. We can see that Al Ahram gave space to Islamist parties in its first page. At first it could seem remarkable but it is actually not so surprising if we take into account that it was the units about the negotiations between Al Fatah and Hamas in Cairo that were highlighted in the first page, as it was a policy promoted by the Egyptian government. We also see not very surprising differences between the two Moroccan newspapers, as Al Massae gives very little space to Islamist forces in its first page while the contrary happens in Al Sabah.

Graphic 8



Graphic 9 instead shows us the percentages of cases that were highlighted in the first page of the analysed newspapers in 2010 and 2011. We see important differences in the treatment given to Islamist forces by Al Ahram, Al Sabah and Al Massae while Al Shorouk basically continues with the same criteria. In 2010 no Islamist group or party was visible in the first page of Al Ahram (we need to remember that it was an electoral period in Egypt) nor on Al Sabah. Nonetheless this changed after the Arab Spring and Islamist forces appear in their first page.

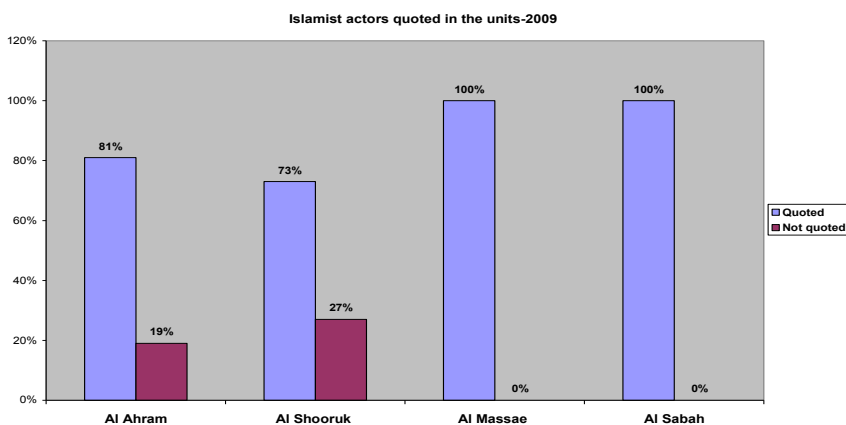
Graphic 9



Another relevant factor when evaluating the treatment that a newspaper offers about social and/or political groups is whether it directly or indirectly quotes their members. The fact that a newspaper quotes them means that they are given the chance to explain by

themselves the reasons for their acting as well as their stance on events and facts for example. Of course this does not protect news from possible bias and manipulations but a qualitative analysis would be necessary to determine this. So, based on our quantitative methodology we work with the premise that the fact that Islamist actors are directly or indirectly quoted in the units related to them is a positive element in their treatment. As Graphic 9 shows we found this positive element in the four Arab newspapers we analysed.

Graphic 9

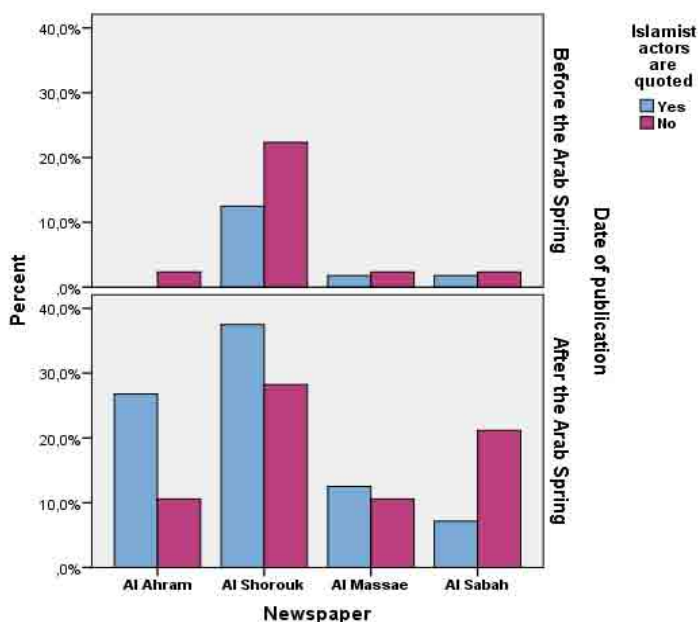


Yet we still have to remember that the Islamist party quoted by Al Ahram was Hamas in the context of the Cairo-sponsored negotiations between Hamas and Al

Fath. Graphic 10 shows it seemed to be a conjuncture element of the newspaper more than a usual routine.

While the routines of the other newspapers are more or less maintained, Al Ahram is once again the one showing a major change.

Graphic 10



While it did not quote the members of any Islamist group or party during the 2010 electoral campaign, the newspaper's new editors apparently changed this routine after the Arab Spring, starting to quote the members of Islamist forces in most cases.

Conclusions

As a result of this preliminary analysis we find few common features and many differences in the treatment of Islamist groups and parties in these four newspapers before and after the Arab Spring. The common element we find in the 2009, 2010 and 2011 sample is the higher number of units related to Islamism in the Egyptian newspapers than in the Moroccan dailies. As for Moroccan newspapers we find a trend that begins in 2010 and is confirmed in 2011 compared to 2009 which is the fact that they pay more attention to Islamist groups and parties as political actors rather than as terrorists.

As we explained the Moroccan press shows a continues increase of attention towards their presence in the social and political spheres of society, although violent groups such as Al Qaida in the Islamic Maghreb and the Salafiya Jihadiya do not disappear from their coverage of Islamism. While it differs from the Egyptian newspapers, where terrorist groups are not visible, they have a relevant feature in common. As we showed in Graphic 3 and 4 after the Arab Spring we find greater attention towards a higher variety of Islamist actors. In the 2011 sample we find Islamist actors such as the Jama'a al Islamiyya, the Salafists, Al Wasat and Al Adl wal Ihsan that were not found in the units collected in 2009 and 2010. There is also the rise of Islamist currents in general in the newspapers published in 2011, which means that they perceive and represent the increase of Islamists'

importance in their social and political scenario after the Arab Spring.

Formal aspects such as the presence of Islamist groups and parties in the first pages of these dailies and of direct or indirect quotes of their members in the units related to Islamists also show us an important change after the Arab Spring. For example we saw that Al Ahram started to highlight Islamist groups in its first page only after the Arab Spring while in both Al Massae and Al Sabah we found a significant increase of this practice after in 2011.

We found Al Shorouk to be the newspaper offering the best treatment of Islamist groups, highlighting their role as opposition forces and the detentions and harassment they suffered before the Arab Spring and then covering their varied political activities after that. While often presenting the Brotherhood's stance as opposed to the one of the young revolutionaries of Tahrir Square after the Arab Spring, this independent newspaper never falls into a particularly biased treatment that might deepen the conflict between these two social forces. It often offers information about different social and political factions in the same page giving the impression to be a public forum for their debate. We finally can conclude that it is the newspaper presenting the more uniform routine over the whole analysed period.

Al Ahram, on the contrary, is the daily showing the most significant turn in its treatment of Islamist forces after

the Arab Spring as we showed in our analysis. While they were inexistent before the Arab Spring or instrumentally present as part of glorified governmental political initiatives such as in 2009, a variety of Islamist groups and parties appear in this state-owned newspaper after the Arab Spring, even in its first page. Regarding this we found an interesting difference between Al Ahram and Al Massae, both close to the governing elite of their countries, though in very different extents. While in 2010, before the Arab Spring, Al Massae represented Islamist groups in their activity of opposition to the government, though in poor percentages, Al Ahram absolutely did not. So while Al Ahram conducted a true symbolic annihilation of Islamism and of the main organized group opposing Mubarak's rule, the Muslim Brotherhood, Al Massae gave Islamists little space but representing them as political forces involved in political activities, which we find to be a treatment that is closer to reality compared to the one made by Al Ahram.

For what concerns Al Sabah in this preliminary analysis this Moroccan newspaper presents itself (something that will have to be confirmed through the continuation of our analysis) as a daily with a liberal tendency that pays much attention on groups, parties and personalities holding positions of power in Morocco, regardless of who they are. Yet, and this confirms the perception of the liberal tendency of this newspaper, we found quite an abrasive stand towards the leader of the PJD, Benkiran and Al Adl wal Ihsan in some units and

especially when the PJD's victory in the legislative elections of 2011 seemed more and more possible.

After this preliminary analysis we can surely argue that there have been important changes in the treatment that the analysed newspapers do of Islamism, being Al Ahram the one showing the most evident and important change and Al Shorouk the one showing a mostly uniform treatment of this phenomenon over the whole analysed period. Although we will be able to state that with a higher degree of depth after the qualitative analysis we did not find an overtly biased treatment of Islamist groups and parties after the Arab Spring in the Egyptian newspapers, which instead seem to be struggling to offer space to a variety of political and social forces, mostly in the case of Al Shorouk. As for the Moroccan newspapers, instead, we found a number of headlines or highlighted quotes in both Al Massae and Al Sabah that are surely going to offer interesting results after a qualitative analysis and that let perceive a biased treatment of Islamist political forces.

Comunicació i cultura a la Mediterrània

*Joan Manel Tresserras*²⁶

Conseller de Cultura i Mitjans de Comunicació de la Generalitat de Catalunya (2006-2010). Premi d'investigació sobre Comunicació de Masses de la Generalitat de Catalunya (1989), i Premi d'assaig Joan Fuster (1994). Professor de La Facultat de Comunicació de la UAB.

La meua mirada sobre el tema que ens ocupa és fonamentalment política; crec que la Mediterrània, com Catalunya, són espais històrics consistents, densos, però pendents de ser redefinits. Avui no tenen estatus polítics estables reconeguts, però en canvi ningú pot negar la seva existència en terrenys molt diversos.

En el cas de Catalunya, entesa com un espai més o menys compacte tot i l'extraordinària complexitat cultural, lingüística i identitària. I sobretot la Mediterrània com un espai que durant molt temps va ser el centre del món conegut per bona part de la humanitat

²⁶ Text de la Conferència inaugural del I Seminari Internacional sobre Comunicació, desenvolupament i drets humans a la Mediterrània (desembre 2009)

i que ara s'ha vist desplaçat a un paper més secundari al mig d'una Europa que sovint la mira amb una certa arrogància, i una banda sud que té problemes històrics heretats molt greus.

La Mediterrània, doncs, ha deixat de ser el centre del món conegut. Va viure moments expansius que van aconseguir un cert grau d'unitat, com a mínim una gran experiència: una de molt consistent al nord, sota l'hegemonia de Roma, i una altra al sud després de la irrupció de l'expansió del món àrab-musulmà. Tanmateix en aquests moments el que estem plantejant-nos és la possibilitat de construir una nova forma d'unitat Mediterrània, que ha de tenir alguna forma de traducció política complexa, i que ha de permetre a la Mediterrània ser un actor en un món global.

I això és d'alguna manera el que estem plantejant: si és possible la construcció d'un subjecte històric, que sigui també un subjecte polític, en un món global que ja veiem que estarà configurat a l'entorn de sis, set, vuit grans actors. Sabem que la Xina i la Índia -que tenen una dimensió gairebé continental- seran dos d'aquests actors; els EUA serà un d'aquests actors, que Europa aspira a ser un d'aquests actors, considerada més o menys globalment. La Mediterrània podria ser un d'aquests actors, també pot ser que quedi relegada a ser simplement l'espai de relació entre alguns d'aquests actors. Això està en joc.

La qüestió és si la Mediterrània té prou consistència, amb la seva extraordinària varietat, com per ser un actor important en la segona meitat del segle XXI, en aquest món global de grans actors. I aquesta és una qüestió a la que hem de donar resposta. Catalunya ha de donar resposta, perquè de fet Catalunya en aquests moments està reconfigurant-se.

Catalunya té un conjunt de problemes que ens condicionen la política, fins i tot a nivell tàctic: les relacions entre Catalunya i Espanya. Cada dia sortim al diari per algun conflicte I Seminari Internacional sobre Comunicació, desenvolupament i drets humans a la Mediterrània. Nous reptes en l'agenda internacional o un altre d'aquest naturalesa. És el dia a dia, i aquest dia a dia redueix uns temes profunds, i és que a Catalunya en 100 anys s'han renovat profundament dues vegades els actors populars, amb unes migracions de persones que arriben a Catalunya, com a mínim en dues o tres onades, des d'altres experiències històriques, amb altres bagatges culturals, i que acaben incorporant-se normalment als sectors populars i renoven profundament la cultura del país. Quan Catalunya, curiosament, si alguna mena de consistència té és la cultural, no pas política, perquè políticament ha estat condemnada a la discontinuïtat, a la subordinació, a funcionar amb mecanismes de caràcter subestatal. Per tant la nostra consistència es cultural però al mateix temps som una cultura formada d'afegits, de síntesis, d'experiències molt diverses.

Com a conseqüència de tot això -tot i que no només-, el discurs més compromès a Catalunya el que planteja és la possibilitat que Catalunya, ella mateixa, també sigui un actor a Europa i al Mediterrani. Un actor de dimensió reduïda, d'un espai comunitari més o menys consistent i coherent, amb uns valors, amb un estil de vida en un marc plural, és a dir, en coexistència de molts diversos sistemes de valors. Un espai, ara, la Catalunya estricta, d'uns 7,5 milions d'habitants on coexisteixen molts sistemes de valors. De fet molts dels sistemes de valors de la Mediterrània aquí hi són presents, al voltant de Barcelona també hi són presents.

Catalunya aspira en aquests moments -o jo crec que el catalanisme, com a moviment social que articula bona part de les aspiracions dels sectors populars-, aspira a plantejar que Catalunya no és inevitable, és a dir, pot simplement desaparèixer en el nou escenari, però és una possibilitat, és una herència històrica, una trajectòria històrica, potser de 1.000 anys, que encara pot ser una plataforma que permeti donar consistència a un subjecte històric i polític a l'Europa i la Mediterrània del segle XXI, en determinades condicions.

Ho pot ser si es configura com un subjecte històric, o si ho volen com una nació de nou tipus. D'acord amb la sociologia més avançada de finals del segle passat i de començament del segle XXI, les nacions ja no es construeixen ni es configuren com les nacions del segle XIX o el segle XX, com tampoc els aparells de poder o els estats. Catalunya durant molts anys ha tingut un

moviment de caràcter més o menys nacionalista que intentava configurar-se a partir del model de l'estat nació i de la nació del segle XIX i del segle XX. I li ha costat molt temps adonar-se que per allò ja va fer tard, que allò corresponia a una etapa històrica que ja va passar. I per tant l'única cosa que té sentit es plantejar-se si tens un espai en l'Europa i la Mediterrània del segle XXI. Aquesta és l'única opció política i històrica coherent des de la voluntat de convertir la política en una forma de transformar la història i de ser en la història.

Per tant al que aspirem és a configurar una nació de nou tipus, un projecte polític i històric nou, que pel fet de ser nou permet que tothom s'hi pugui incorporar des del primer dia, vingui de la part del món que vingui, amb el patrimoni cultural que tingui, i parli la llengua que parli. És la possibilitat de participar en la construcció d'un projecte nou. No pas d'un projecte sense arrels. L'escenari català ha estat un escenari -si em permeten dir-ho- marxista, ha sigut un espai de lluita de classes, que després de les lluites de moltes generacions de gent, de lluita per la dignitat, de lluita per la democràcia de lluita per la defensa del propi patrimoni cultural, ha configurat uns estils de vida i com dic unes coexistències de sistemes de valors. A això no cal renunciar-hi, però des d'això, què és el que es pot fer?

Vull dir que per Catalunya l'important no és l'herència del passat sinó la configuració d'allò que en el futur valdria la pena compartir. És a dir, quines serien les bases a compartir en un projecte de construcció col·lectiva, de

construcció comunitària, que garanteixi poder satisfer ideals de llibertat, de democràcia, de justícia social, de solidaritat i que aquests siguin alguns valors compartits per gent que té diferents sistemes de valors, però que es posa d'acord en uns quants d'aquests sistemes de valors.

Aquesta fragilitat, aquesta flexibilitat, aquesta humilitat de qualsevol projecte català possible, aquest saber que Catalunya no és inevitable, sinó que és simplement una possibilitat entre altres possible, aquesta modèstia del projecte, a mi em sembla un bon punt de partida per pensar també l'espai de la Mediterrània. Perquè l'espai de la Mediterrània s'haurà de construir a través de realitats ja existents, algunes molt sòlides, alguns potents estats, però també de projectes col·lectius nous. Perquè a l'altre extrem de la Mediterrània també hi ha moltes qüestions plantejades conflictivament, de confrontació de caràcter ètnic, religiós, nacional, estatal. I bona part d'aquestes qüestions no podran ser resoltes si no es posa en crisi tot el model de construcció de nacions i d'estats que havíem heretat del passat. Per dir-ho d'alguna manera, a mi em sembla que la construcció dels nous subjectes històrics en aquesta etapa s'ha de plantejar com una construcció de subjectes històrics concèntrics, des de la construcció local a la construcció global.

Fa pocs dies, amb un intel·lectual català molt reputat –en Josep Ramoneda, que és el director del Centre de Cultura Contemporània de Barcelona– teníem un debat, i

jo crec que interessant, sobre la nova esquerra a Europa, i ell deia que hem d'aprendre a formar part d'un subjecte que és la humanitat sencera. Que hi ha uns reptes a la nostra època que només poden ser resolts si configurem una humanitat sencera, i per tant som capaços de fer que la globalització no només sigui econòmica o d'alguns referents mediàtics o culturals, sinó que sigui també política, és a dir, hem de conquerir els instruments de la globalització política. I això ens farà sentir que formem part també, no només però també, d'una humanitat capaç d'actuar conjuntament com a subjecte històric, i assumir reptes compartits. I Seminari Internacional sobre Comunicació, desenvolupament i drets humans a la Mediterrània. Nous reptes en l'agenda internacional.

Entre la construcció de la comunitat local i la participació en la comunitat global hi ha unes medicacions que en alguns casos poden ser estats, en altres seran una altra cosa; i aquestes mediacions entre el local i el global han de ser pactades i concertades, és un joc de nines russes. Els sistemes polítics s'hauran de configurar cada vegada més com les nostres identitats, que són com una ceba amb moltes capes. I hi ha unes capes compartides amb uns i altres compartides amb d'altres, perquè en definitiva la llibertat en bona part comença per la llibertat de poder triar la identitat, disposar d'una identitat a mida, però com que vivim junts hi haurà d'haver algunes formes d'identitat, alguns espais, que siguin compartits.

Quin interès té tot això respecte la comunicació a la Mediterrània? Crec que l'interès que té és poder afirmar, i voldria fer-ho amb tota contundència, que la cultura no pot ser concebuda com la conseqüència de la política. Per exemple, en aquests moments a la UNESCO la cultura catalana no hi és. Perquè? Perquè la cultura catalana no té estat i perquè l'estat espanyol sí que hi és, encara que sigui un estat pluricultural. La UNESCO vol estats. Nosaltres tenim una cosa estranyíssima que és un centre que es diu UNESCOCAT que és l'associació de *supportes* i de *hooligans* de la UNESCO més gran del món. Perquè en els països normals que tenen estat no necessiten inventar-se un organisme d'aquesta mena. Però nosaltres, com que no en tenim, normalment creem petits organismes, organismes estranys, per poder fer veure que tenim presència com si tinguéssim estat, però no en tenim.

Però bé, veuran que aquestes anomalies nostres, aquestes fragilitats, poden ser un bon punt de partida per pensar una altra vegada espais històrics, per importants que hagin estat. Aleshores la cultura no ha de ser la conseqüència de la política, més aviat la proposta que els hi faria seria al revés: fem la política la conseqüència de la cultura. En general, jo crec que la història ens mostra que les relacions culturals han estat mes pòlides -no sempre, hi hagut persecucions, hi hagut gent que l'han condemnat, grans batalles i guerres a l'entorn de la cultura. Però molt o poc la fluïdesa, la plasticitat de la cultura, la capacitat de transferència

d'experiències a través de la cultura, s'ha mostrat més apta per facilitar la convivència que no pas directament la política.

Per tant, la proposta sobre la Mediterrània seria: no ho fem a partir de les relacions de poder, fem-ho a través de l'intercanvi d'experiències, i de fer més àgil i més fluid l'intercanvi entre nosaltres. Si la nostra concepció fins i tot política parteix de la cultura, la manera de ser-hi i de participar-hi es fa més àmplia i més flexible. I per exemple des de Catalunya ho tenim més fàcil de participar-hi activament.

Ara saben que la UE ha decidit ubicar a Barcelona la Secretaria d'Afers per la Mediterrània. I des de Barcelona aspirem a un cert paper de lideratge en la construcció d'aquest espai mediterrani. Però voldríem fer-ho sobretot des de la cultura. Com que hi ha una part de la cultura que és la cultura de la pau i la cultura del diàleg, esperem que uns contenciosos polítics que tenen lloc a l'altra punta de la Mediterrània es puguin debatre aquí. Però pensem que serà més fàcil trobar solucions si partim de la cultura i del diàleg cultural.

Quin paper té la comunicació? Un paper doble. La comunicació és la infraestructura de la cultura, és l'esquelet del sistema cultural. El sistema de comunicació és el sistema nerviós a través del qual funciona la cultura en la nostra època. Sé que és una gran simplificació i poc més que una metàfora, però crec que és així. I després, plantejat en termes més abstractes, el sistema de

comunicació és l'organització de la societat. Jo recordo que a la facultat, amb la doctora Velázquez, algú ens explicava que hi havia una homologia entre el sistema social i l'organització de la comunicació. I després d'uns anys vam descobrir que era el mateix, és a dir, que simplement el sistema de comunicació era l'organització de la societat, el secret de l'anàlisi social. Després també vam saber que l'organització era la mediació entre la teoria i la praxis, de manera que les relacions de la nostra consciència, de la nostra experiència del món, eren el sistema de comunicació. Per això és tant important per la Mediterrània el sistema de comunicació. És un sistema molt complex que està intentant repensar-se per veure si té un espai en el segle XXI.

Des de Catalunya pensem que l'espai de tràmit té sentit, a nosaltres ens convé que tingui sentit. Pensem que anem a un món també de ciutats, el món global està concentrant molt poder en algunes ciutats, unes són les capitals d'alguns estats del món i altres -com Shangai respecte la Xina i Pekin, o el cas de Chicago, Los Angeles o Nova York respecte la capital dels EUA. Per tant anem a un món de mega ciutats, en el qual 20 o 30 ciutats, megaciutats, en alguns casos de més de 25 o 30 milions d'habitants, estan concentrant tot el poder dels centres de decisió financers, tot el poder militar en alguns casos, tot el poder d'innovació -perquè són les seues de les grans empreses que inverteixen en I+D-, bona part de poder científic -perquè concentren les millors universitats i atrauen també les majors inversions. És a

dir, que hi ha un conjunt de factors que fan que el poder en la nostra època conflueixi en aquestes ciutats. Evidentment són els centres dels grans mitjans de comunicació i els centres d'influència.

Nosaltres voldríem no quedar fora del món de les mega ciutats. Però si calculem en termes espanyols, de ciutats que poden aspirar a formar part si no de la primera divisió, de la segona, ja en tenim una, és Madrid, i Madrid no renunciarà a ser capital d'Espanya. Per tant Barcelona aquest paper no el pot tenir, perquè ja hi ha una ciutat que el té. Si tens 20 o 30 milions d'habitants, com Sao Paulo, pots no ser la capital i ser-hi. Però en el cas de Barcelona, no hi pot ser, per aquesta via no hi pot ser. A aquesta Barcelona dels 5 milions d'habitants -comptant el cinturó industrial- Catalunya li queda molt petit com a país per aspirar a subsistir com a ciutat. Si pensem en tot el territori de parla catalana no hi guanyem gaire. A part de la incomoditat que puguin sentir alguns valencians -a les illes ja estarien d'acord-, en que Barcelona fes de capital, però tampoc no hi ha prou.

Ara els geosociòlegs de la política i l'economia ens diuen que hem de comptar l'arc mediterrani en una franja que, amb permís del president del Consell de l'Audiovisual andalús, aniria de Lió fins a Alacant, i que Barcelona podria exercir de centre de la xarxa i que això donaria uns 30 milions d'habitants i a més la producció del 4 per cent del PIB europeu. Però de fet, on hi ha oportunitat per Barcelona, sense pretensió d'exclusivitat, és la Mediterrània, perquè a la Mediterrània hi ha -segons

l'amplada que comptem- entre 400 i 700 milions d'habitants. Per tant aquest és un espai diferent, molt més consistent. Encara que miréssim només la part de la riba, estem per sobre dels 300 milions d'habitants, i ja és un espai molt rellevant en termes demogràfics.

Què es pot fer des de Barcelona per intentar influir sobre aquest espai? Disposar de mitjans de comunicació. Som una ciutat que en termes de producció audiovisual tenim un problema molt greu, i és que només hi ha un client important, que és la televisió pública, que rep importants subvencions del govern català -tan importants que el pressupost de les subvencions és més gran que el pressupost per tot el departament de Cultura. I ja els hi he dit que Catalunya és sobretot una cultura, és a dir, som consistents culturalment, poca cosa més, dins la diversitat cultural que tenim.

Per tant aquesta concepció de voler tenir un paper respecte Europa en un país que és rellevant com a centre de producció audiovisual, però que no té mitjans de comunicació importants, ens aboca a plantejar-nos la possibilitat de dissenyar mitjans de comunicació per a la Mediterrània. Perquè? Perquè els mitjans de comunicació importants espanyols ja existeixen. I emeten des de Madrid. I perquè? Perquè a Madrid hi ha el poder polític, hi ha el poder financer, hi ha els centres de decisió militar... hi ha en definitiva el poder. I com que hi ha el poder, el poder mediàtic ha aparegut fins ara com un poder subaltern d'aquests altres poders. Per exemple el sistema públic pendent del poder polític, ha

deixat ara la televisió pública espanyola sense publicitat, i el poder econòmic comprovant el sistema mediàtic privat.

Llavors Barcelona té una part important de les productores audiovisuals: de les empreses productores d'esdeveniments esportius, de les empreses productores de ficció, d'entreteniment. És a dir, que a Madrid produeixen i empaqueten, i a Barcelona fonamentalment produïm, però no tenim capacitat d'empaquetar, perquè no tenim llicències, no tenim els grans mitjans de comunicació d'àmbit espanyol.

Quina és per tant l'aspiració de Barcelona, i què interessa a un conseller que s'ocupa de la cultura i els mitjans de comunicació? Per raons industrials jo voldria que a Barcelona hi hagués la seu d'alguns mitjans de comunicació de la Mediterrània. Alguns haurien de ser globals. Quins, per exemple? Doncs un que li ha venut el senyor Mayor Zaragoza –sabran que és amic del senyor Jatami, de Bill Gates, de senyors que mouen influència i recursos a tot el món–, i jo vaig cridar el senyor Zaragoza i li vaig dir que per raons industrials i per convicció ideològica, jo estaria interessat en que ell i els seus amics poguessin posar en marxa un canal de comunicació global, que emetés en 30 o 40 llengües, que fos de lliure accés, disponible per totes les plataformes, i que fos un canal dedicat a la cultura de la pau, del diàleg, i a la promoció dels nous valors. Saben que Barcelona va ser una ciutat referent durant alguns dels conflictes del Golf, justament per la mobilització ciutadana al voltant de la

pau. Per tant no són valors aliens a la cultura quotidiana de la gent de la ciutat i el país, hi ha un cert compromís amb aquests temes. Hi ha una presència molt gran d'ONGs que tenen dificultats per accedir als canals globals de televisió. Ja sé que la xarxa serà el meta-mega mitjà universal, però de moment la gent encara mira la televisió, i durant molts anys mirarà la televisió a través de plataformes digitals.

I nosaltres pensem que hi ha una oportunitat, que ja els hi dic clarament, és una oportunitat de negoci, però que no ha de ser contradictòria amb unes certes pretensions ideològiques i d'influència política, que podria articular això. Un canal d'aquest tipus no és molt car, hauríem de trobar uns 50 o 60 milions d'euros de finançament bàsic, i amb això es pot posar en marxa, no és molt car. És un canal temàtic que no té perquè produir 24 hores de producte propi, pot produir menys hores, i simplement proporcionar productes a d'altres canals, ja dic que es configura com un canal obert.

Un altre canal, amb criteri directament industrial. La Mediterrània concentra una varietat de productes alimentaris extraordinària, una gran varietat de cultures mèdiques, un gran varietat de tradicions sobre la salut. De manera que tenint en compte que Catalunya concentra bona part dels centres de recerca biomèdica més potents d'Europa, que tenim una potent indústria farmacèutica i que la nostra indústria alimentària és líder a Europa –en aquests moments pensin que a tota Europa unes de les principals inversores en I+D són les

empreses catalanes d'embotits, que estan dissenyant embotits que no estiguin basats en el porc, sinó en el xai i la vedella, i que per tant puguin ser exportats a tots els països de la Mediterrània, també als països àrabs. Saben que tenim intenció de disputar amb Itàlia i el sud de França la paternitat i la vitalitat de la dieta mediterrània, s'ha constituït el centre Alícia que l'any vinent impartirà cursos a Yale i a Harvard al voltant de Ferran Adrià i alguns dels principals gastrònoms. Saben que Barcelona és una ciutat reputada per la qualitat de vida, per la proporció entre qualitat de vida i costos. Per tant hauríem de poder aspirar a disposar de canals de televisió sobre qualitat de vida, que parlin de salut, d'alimentació, de disciplines mèdiques, d'estil de vida, de coses d'aquestes que sembla que els llatins i a la Mediterrània tenim una llarga tradició; hi ha un reconeixement que aquí es viu bé. Aquí també somiem paradissos als mars del sud per anar de vacances, però aquí en conjunt s'ha configurat un estil de vida que compartim amb Andalusia, Itàlia, França i també amb el nord d'Àfrica, que passen per ser llocs on la gent viu bé. No són gaire eficients de vegades, no són gaire productius, podríem ser més rigorosos, però es viu bé.

Nosaltres voldríem aspirar, a través del plantejament que els feia al principi -i que el feia seriosament- però també a través d'accions com aquestes finals que tenen un to més frívol, però que són projectes sobre els que estem pensant i treballant, a tenir un cert paper a la Mediterrània. Perquè nosaltres també tenim necessitat

de repensar-nos i construir projectes viables. De fet a Europa l'esquerra està en crisi en bona part perquè s'ha quedat sense utopies, no es formulen utopies. Sembla que la generació del '68 les va acabar totes i després del reaganisme i el teacherisme, i amb la segona onada de la reacció europea al neoliberalisme, fins i tot quan hi ha hagut una crisi mundial a causa de l'especulació financera, l'esquerra no reacciona i no formula utopies. Com que no tenim utopia per construir, a qui li interessa la revolució? Quina revolució? I fins i tot l'esquerra quan fa política, no la fa concebant-la com un instrument per canviar el model social o el model de vida, sinó simplement per protegir interessos encara que es diguin estat del benestar.

De manera que pensem que val la pena tornar a pensar el nostre propi país, per fer-ho ens va molt bé pensar en un espai que també pot ser repensat com la Mediterrània. I potser repensant aquests espais, aquests possibles subjectes històrics, trobem encara la possibilitat de noves utopies i un nou ideal revolucionari per l'esquerra. Per tant jo espero que les reflexions que es van fent des de les universitats i des de molts llocs sobre aquestes qüestions ens permetin desempallagar-nos de la carcassa de velles idees que encara ens atenallen, i entre això i l'aclaparament del dia a dia no ens deixen pensar, i a veure si som capaços de tornar a pensar que sota terra hi ha les platges i ens engresquem amb noves utopies.

Las relaciones inter-mediterráneas en la información de la televisión de la región. Actores institucionales y narrativos

Teresa Velázquez García-Talavera

Catedrática de Periodisme de la UAB. Presidenta de l'Observatori Mediterrani de la Comunicació. Coordinadora UAB del Master Europeu de Mediació Intermediterrània-MIM. Codirectora del LAPREC.

Introducción

En la comparecencia ante la Comisión de Exteriores del Congreso de los Diputados del Estado Español en Mayo de 2008, el Ministro de Asuntos Exteriores y Cooperación²⁷ de entonces, destacó diez puntos para el consenso en política exterior y de cooperación, de los que subrayamos el punto sexto titulado “Mediterráneo, Proceso de Barcelona, Unión para el Mediterráneo”, donde el ministro expone:

²⁷

<http://www.asesoriaparlamentaria.maec.es/Noticias/Documents/Comparecencia%20Ministro%20CAE-Congreso%20%2822-05-08%29.pdf>,

“Nuestra vocación exterior nos conduce a consolidar un área euro-mediterránea como un espacio de paz, prosperidad y progreso mediante el desarrollo del Proceso de Barcelona, que enmarca la propuesta de la Unión para el Mediterráneo”

y el Séptimo, titulado “Oriente Próximo, Magreb, Sahara Occidental” propone:

“Aportaremos nuestro esfuerzo político y diplomático para alcanzar un paz visible y duradera en Oriente Próximo, así como colaboración efectiva para crear un Magreb unido, junto a soluciones de diálogo y consenso para solventar definitivamente el contencioso del Sahara Occidental, a través de un acuerdo justo que respete el principio de autodeterminación en el marco de las Naciones Unidas”²⁸.

Estas propuestas y compromisos en el marco de una comisión del Parlamento español en la búsqueda de consenso entre las diferentes fuerzas políticas representadas en allí, no difieren de cualquier otra en el mismo sentido para los países de la región.

Por otra parte, tanto el Proceso de Barcelona-Unión por el Mediterráneo (PdB-UpM), como la Alianza de Civilizaciones (AC), entre sus objetivos y recomendaciones acentúan el papel crucial que los medios de comunicación tienen en el conocimiento y entendimiento recíprocos entre diferentes culturas y religiones, para PdB-UpM y códigos de conducta voluntarios, formación específica a periodistas sobre

²⁸ Véase también, los punto referidos en:

<http://www.maec.es/es/Home/Paginas/Diezpuntosconsenso.aspx>

realidad internacional y interculturalidad, una mayor financiación de contenidos que fomenten el entendimiento entre culturas, colaboración para promover Internet como medio de diálogo intercultural, financiación de contraposición a medios y materiales sensacionalistas y estereotipados e iniciativa de seguimiento de los medios por parte de la AC. Todo ello nos hace subrayar la importancia de la comunicación y los medios como generadores de opinión pública y fomentadores de los diálogos o los conflictos en función del tratamiento que de los contenidos concernidos por el tema realicen. De ahí, la importancia de su estudio y análisis.

De otra parte, nos parecería oportuno que las Autoridades Regulatorias del Audiovisual, dentro de las observaciones que realizan de los medios²⁹, pudieran prestar atención a los temas que son menos seleccionados como objeto de noticias. Sería, desde nuestro punto de vista, un aporte a los objetivos y recomendaciones que las instancias supranacionales proponen para los medios de comunicación. Y un elemento de cooperación con el programa “Alertas” de la Alianza de Civilizaciones.

Nuestra aportación para este informe regional cobra sentido en tanto se ocupa de la presencia de temas

²⁹ En este sentido, el trabajo de Ricardo Carniel sobre las iniciativas de cooperación entre las autoridades reguladoras de los países mediterráneos a través de la RIRM (Réseau des Institutions de Régulation Méditerranéennes) nos parece que señala en esta dirección.

sobre las relaciones inter mediterráneas presentes en las agendas temáticas en la información de las televisiones de la región mediterránea un año después de las declaraciones que hemos destacado al inicio de esta introducción y un año antes del análisis contenido de la investigación de ámbito regional³⁰ que recoge muestras de las televisiones públicas de ocho países MENA³¹, seleccionadas en mayo de 2010. Estos estudios preceden a los acontecimientos vividos antes de la denominada “Primavera árabe”. Creemos que los resultados de ambos estudios en lo que a análisis de los contenidos de los informativos se refiere, pueden resultar de gran interés para la realización de investigaciones y estudios posteriores, en el sentido de observar los posibles cambios que se hayan operado en las agendas temáticas de las televisiones estudiadas.

Evidentemente, el estudio que recogido en el informe regional, cuenta, como hemos dicho, con cuatro cadenas más para el análisis. De cualquier manera, y a partir de los resultados cuantitativos que aportan, pueden ser perfectamente correlacionales y complementarios. Asimismo, es importante, también, que las áreas temáticas en las que inciden las organizaciones e instancias referidas, por su carácter supranacional en general, y específico para la región, en particular, sean

³⁰ En ambos proyectos, y desde la participación del OMEC, destaca de forma muy determinante, la participación e implicación en los mismos de los investigadores Olga Del Río y Ricardo Carniel.

³¹ *Renforcer la mission de service public audio-visuel dans les pays du Maghreb et du Mashrek.*

tomadas en consideración para seguir su presencia en la *agenda setting* de los medios objeto de estudio.

Por ello, en ésta contribución se presentan resultados derivados de la investigación titulada “La construcción social del espacio euro mediterráneo en los medios de comunicación. La información en prensa y televisión” (CSO2008-01579/SOCL; 2009-2011)³², contenidos en los primeros canales de Argelia, Egipto, Marruecos y Siria³³, durante dos semanas del mes de marzo de 2009. La muestra se extrajo de los informativos de Prime Times de estos canales y quedó establecida en 248 unidades³⁴. Finalmente, la configuración de la muestra definitiva y el análisis de los datos responden a los temas que preocupan a las instancias: Proceso de Barcelona-Unión por el Mediterráneo; Política de Vecindad de la Unión Europea y Alianza de Civilizaciones.

³² Investigadores por orden alfabético: Hassan Abbas, María Luz Barbeito, Tayeb Boutbouqalt, Ricardo Carniel Bugs, Carmina Crusafon, Olga Del Río, M^a Pilar Diezhandino, Natalia Fernández Díaz, Abdelouhad Elimrani, Elisabet García Altadill, Juan Antonio García Galindo, Francisco Martín, Carmen Martínez Romero, Lucía Molina, Nieves Ortega, José María Perceval, José Manuel Pérez Tornero, Fernando Sabés, Susana Tovías, Sahar Taalat. Teresa Velázquez (Investigadora Principal). Doctorandas adscritas al proyecto: Cristina Marques y Valentina Saini.

³³ El análisis tomó en cuenta, además, los primeros canales de las siguientes televisiones europeas: España, Francia, Italia, y Reino Unido. Para esta aportación hemos seleccionado la muestra de cuatro países que forman parte de los denominados MENA (Middle East and North Africa) coincidente con cuatro de los países de los que consta el informe regional que acompaña éste trabajo.

³⁴ El total de la muestra tomando en cuenta también las televisiones europeas analizadas fue de 371. Es interesante comprobar que el total de unidades de análisis de las televisiones europeas sobre este tema fue de 123, frente a las 248 de las televisiones árabes analizadas.

Los temas sobre Relaciones Inter mediterránea destacados para esta contribución se encuentran junto a otros como son Política y legislación; Paz y seguridad; Derechos Humanos, Desarrollo social y humano; Cooperación Económica y Financiera; Diversidad cultural y religiosa; Migraciones; Género; Medios de Comunicación y Sociedad de la Información. Asimismo, aspectos vinculados a la estructura formal en la que la información aparece y quiénes son los protagonistas y actores narrativos presentes en las unidades de análisis, serán, también, tratados en este artículo.

Las emisoras de televisión objeto de estudio y el grado de presencia del tema en la información de las mismas.

Tal y como hemos indicado, los canales seleccionados para el estudio son los primeros canales de cuatro de los países del Mediterráneo Sur. Presentamos, a continuación, resultados porcentuales referidos a la distribución de unidades de análisis por emisora de televisión recogidos en el siguiente gráfico:

□



La distribución porcentual por países queda de la siguiente manera: Argelia un 19%; Egipto un 38%; Marruecos, un 15%; Siria un 28%

Los temas vinculados al espacio Inter mediterráneo se encuentran más presentes en las agendas de las televisiones del Mashreq, que en las de las emisoras del Magreb. A lo largo de la contribución, veremos cuáles son los ámbitos que provocan estas diferencias porcentuales.

Creemos que la región, y los temas vinculados a la misma, son de una importancia fundamental para la convivencia y los problemas de las transformaciones que se operan en ella. La construcción de universos simbólicos sobre estos temas correspondería a una atención especial por parte de los medios.

Veamos de qué manera quedarán reflejados los temas analizados, cuya elección parte de los objetivos, preocupaciones y recomendaciones de las instancias supranacionales que hemos seguido en el presente estudio.

La noticia en televisión, su jerarquización y la toma de decisión de los canales estudiados respecto a las unidades de análisis.

La tradición de la estructura periodística aplicada a la noticia en televisión establece que ésta debe destacar, en primer lugar, lo más importante del hecho noticiable,

por ello, será en el titular y en el lead donde encontraremos lo más primordial. En la información en televisión, la noticia está, habitualmente, formada por la presentación (o entradilla), el cuerpo (o desarrollo) y el cierre³⁵.

La presentación se puede equiparar al “lead” de la información impresa y es leída en directo por el presentador del informativo. Como sabemos, en prensa, tanto el titular, como el lead reúnen los datos más relevantes de la noticia, en el caso de la noticia en televisión, la presentación debe contener la información más actual y los principales elementos noticiosos para despertar el interés de los espectadores, por lo que contiene lo esencial de la información que se va a dar a conocer.

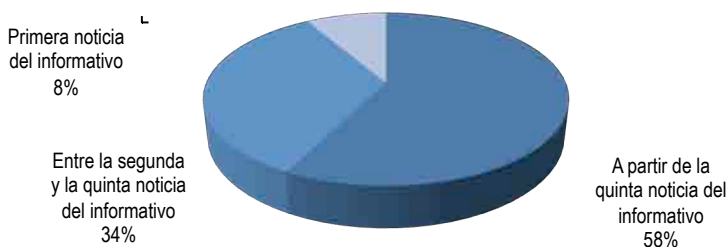
Por ello, y por el carácter cuantitativo de los resultados que se presentan en el espacio de esta contribución, éstos se extraen de estos apartados estructurales y formales de la noticia en televisión. La totalidad de la noticia y, por tanto su desarrollo, es tomada en cuenta para aquellos aspectos formales y que la implica como unidad y aquellos otros más vinculados a su tratamiento. Por último, el tiempo de duración de toda la noticia oscila entre los 30” a los 2’.

³⁵ Material de soporte elaborado por los investigadores Ricardo Carniel y Elisabet García Altadill habida cuenta que algunos de los miembros del equipo de investigación no proceden de los estudios de comunicación y periodismo y con el fin de unificar criterios a la hora del análisis.

Pasemos ahora a fijarnos en resultados vinculados a la toma de decisión como una de las rutinas de producción. Este aspecto es de suma importancia para el análisis de la toma de decisión que realizan los medios de comunicación en general, y la televisión en particular, a la hora de dar a conocer los hechos que acontecen. Por lo que, entre otros aspectos, es importante analizar la localización de las unidades de análisis en el informativo, si se encuentran destacadas o no en el sumario de apertura, o la duración de la misma, así como, el enfoque de la unidad de análisis. Indica la importancia que el medio da a la noticia y la toma de decisión sobre la misma. Veamos algunos resultados en este sentido:

□

Localización unidad de análisis en el informativo



Observamos que un 8% de las unidades de análisis abren el informativo y en un 34% se encuentran situadas entre la segunda y la quinta noticia. Es decir que, para estas

televisiones, el tema que nos ocupa tiene una gran importancia, pues entre las cinco primeras noticias se localizan un 42% de las unidades de análisis.

Otro aspecto relevante a hacer notar en este apartado, lo determina el peso porcentual de aquellas unidades que se encuentran destacadas en el sumario de apertura. De las 248 unidades de análisis de la muestra objeto de estudio, 62 se encuentran destacadas en el sumario, lo que implica un 26% del total de unidades de análisis, frente a un 74% que no lo está. Ahora veamos en el gráfico siguiente, de ese 26% de piezas informativas destacadas en el sumario, en qué orden aparecen:

□



Por los resultados, centrados en el porcentaje de piezas informativas que, o bien aparecen destacadas en el sumario de apertura o bien se encuentran entre el

primer y tercer lugar dentro del informativo, observamos que la jerarquización que los medios estudiados establecen sobre las mismas es suficientemente significativa como para inferir la notoriedad que dan a estos temas y derivar la toma de decisión realizada.

□

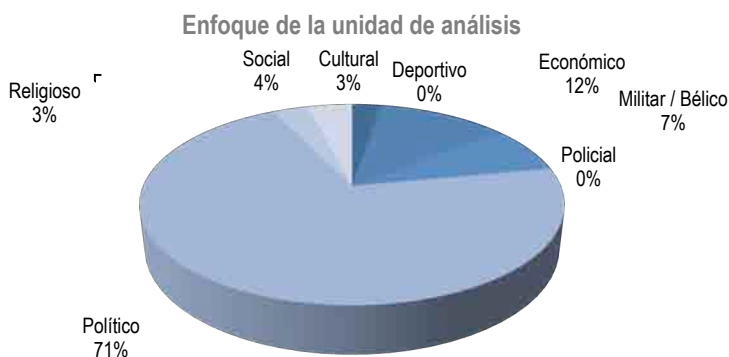


Más arriba hemos dicho que el tiempo de duración de la pieza informativa en el espacio de las noticias en televisión va de 30" a 2'. En nuestra análisis vemos que un considerable 48% supera con creces los 2'. Un análisis cualitativo, como puedan ser un análisis del texto o semiótico, de estas piezas informativas, dará cuenta pormenorizada de las diferencias narrativas y textuales en el interior de estas unidades de análisis y responderá con mayor precisión a qué se debe esta ponderación en la duración de las unidad de análisis, al margen de las

posibles diferentes culturas profesionales, que dan lugar a estilos periodísticos específicos.

Para concluir con este apartado de toma de decisión, vamos a facilitar resultados sobre el enfoque que los medios analizados han dado a las unidades seleccionadas.

□



Los resultados nos muestran que al enfoque político corresponde el 71% de los casos analizados, a una considerable distancia por el Económico y el Militar/Bélico, 12% y 7% respectivamente, lo que nos indica que estos temas son los prioritarios, fundamentalmente, el político. El resto, un 10,8%, lo ocupan Sociedad, Religión, Cultura y, Deporte y Aspectos policiales con un 0,4% cada uno.

Vemos que los temas ubicados en la sección de “Cultura”, representa únicamente un 3%, igual que Religión. Estos resultados nos indican que durante el periodo analizado para estas televisiones estos temas no son de interés a destacar y tratar.

La localización, la ubicación, la duración de las noticias analizadas, unido al enfoque en el que el medio las ha emplazado, dan cuenta de su jerarquización y, por tanto, de una primera toma de decisión, dará paso a una segunda, la cual se vincula a la selección de temas a tratar, es decir, el establecimiento de la *agenda setting*, lo que prepara el camino para el debate público de los temas. Sobre este aspecto volveremos más adelante.

Hay otras categorías que son de interés y que determinan y describen características de las empresas informativas estudiadas, como puedan ser la utilización de imágenes grabadas en directo o de archivo; la presencia de corresponsales o enviados especiales a los lugares del acontecimiento, la presencia de invitados en el espacio de la pieza informativa, el uso de fuentes de información, etc., sobre las que se cuenta con resultados pero que por razones de extensión de este texto, no presentamos aquí. Pero podemos avanzar que la mayoría de las imágenes utilizadas proceden de fuentes propias sean de archivo o nuevas; que hay un 32% de intervenciones grabadas de enviados especiales, frente a un 3,6% en directo. Al igual que un 44,7% de intervenciones grabadas de entrevistados, frente a un 4,4% en directo.

Los temas tratados en relación a los objetivos y las recomendaciones de las instancias supranacionales.

Sobre los temas que estos medios han referenciado en el periodo estudiado, el gráfico que se presenta a continuación refleja los temas que han sido objeto de *agenda setting*. Asimismo, las unidades de análisis pueden referir más de un tema.

□

Establecimiento de Temas



Este gráfico reúne los temas que han sido objeto de agenda temática para las televisiones analizadas y los porcentajes de cada uno de ellos. Llama la atención el espacio dedicado a los temas sobre Género y Educación con un modesto 2,8% para cada uno, así como, Migraciones con un 4,8%.

La coherencia, por tanto, entre el enfoque que hemos presentado en el gráfico 5 y los temas de interés de los informativos analizados queda también reflejada aquí. Si nos fijamos en los aspectos de Política y Legislación, Paz y Seguridad el porcentaje es muy elevado, lo que indica la importancia que estos medios conceden a estos temas. Respecto a la Integración Euro mediterránea, tanto las Relaciones multilaterales, como las bilaterales constituyen un 53,9%. Este aspecto vincula, principalmente, temas políticos y económicos, seguidos a mucha distancia por los culturales o educativos.

Los resultados presentados en los gráficos precedentes nos proporcionan pautas para reconocer en qué dirección se puede centrar la discusión pública de los temas de interés público para las audiencias expuestas a los contenidos de estas televisiones. Como sabemos, uno de los estadios en los que se divide la Opinión Pública, corresponden a los estados de opinión. Desde nuestra perspectiva, la noticia como información contribuye a la creación del primer estadio de opinión, pues es a partir de ella como se genera la discusión pública de los temas de interés público. En este sentido, y a partir de los resultados presentados en el gráfico

anterior, podemos intuir el proceso de tematización³⁶ que se haya podido generar en las audiencias y de qué manera éste habrá contribuido al debate de los temas allí tratados. Señalamos este aspecto porque, sin duda, ello genera una influencia en el conocimiento de las audiencias de estos medios sobre los temas y los hechos noticiables a los que se refieren.

Integración Euro mediterránea y las relaciones multilaterales y bilaterales.

La Integración Euro mediterránea ha tenido una amplia resonancia en los aspectos de las relaciones económicas³⁷ y de las relaciones políticas entre los países de la región. Una de las preocupaciones fundamentales radica en la zona de libre comercio, aunque no es la única línea de interés prioritaria. Por otra parte, aspectos vinculados al medioambiente, transportes, comunicaciones y desarrollo sostenible, también son temas que subyacen a las relaciones multilaterales y bilaterales. Los medios de comunicación se hacen eco en sus agendas temáticas de estos temas.

³⁶ El concepto de tematización está referido al proceso de discusión de debate público sobre los temas de interés que se genera a partir del establecimiento de la *agenda setting* y como resultado de la misma. Sobre estos aspectos y vinculados al discurso informativo en televisión, véase Teresa Velázquez 1992.

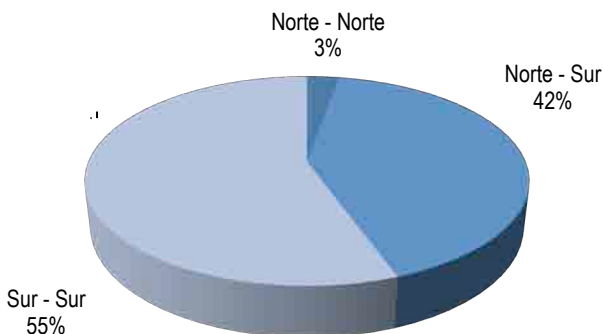
³⁷ Véase al este respecto el trabajo de José María Casado Raigón “La Unión Europea en el Mediterráneo”, en el libro coordinador por Juan Velarde Fuertes *El futuro de la economía española*, publicado CAJAMAR Caja Rural, Sociedad Cooperativa de Crédito, 2010: 257-268.

En el estudio realizado, de las 248 piezas informativas, y para el caso de las relaciones multilaterales en la región, 72 seleccionan este tema, lo que constituye un 28,9% del total. En el caso de las relaciones bilaterales, son 62 unidades las que destacan el tema, lo que significa un 25% del total. Para ambos tipos de relaciones, la distribución porcentual queda recogida en los dos gráficos siguientes:

Es interesante destacar, que las relaciones multilaterales y bilaterales entre los países del Sur presenta un interés mayor para las televisiones estudiadas, frente a las

□

Integración intemediterránea. Relaciones multilaterales

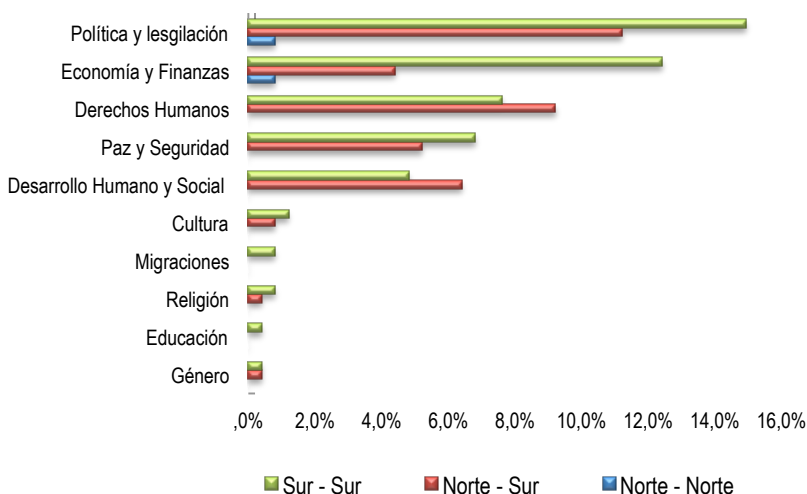


relaciones Norte-Sur y, por supuesto, las relaciones Norte-Norte.

Pero, ¿en qué ámbito se centran estas relaciones?, veamos en el gráfico siguiente cuáles son los temas con los que se vinculan las Relaciones multilaterales:

□

Interegración Intermediterránea. Relaciones Multilaterales



Llama la atención la poca presencia en las agendas temáticas, durante el periodo de la muestra, de noticias sobre las relaciones multilaterales entre los países del Norte del Mediterráneo. Entenderíamos que noticias de este tipo podrían ser de interés en el ámbito de las noticias internacionales. Se podría interpretar que la escasa presencia de noticias en este ámbito, se pueda deber a una apuesta de estas televisiones por dedicar el espacio a las relaciones entre los países del Sur o, en menor medida a las referidas al Norte-Sur. Asimismo, a simple vista, destaca la nula atención que estas

televisiones dedican al tema de las migraciones, siendo este un asunto que aparece muy frecuentemente en las informaciones. Entenderíamos que, a efectos que las audiencias de estos países conocieran la situación de sus conciudadanos emigrados y, en función de la Política Europea de Vecindad, éste sería un tema que debería ser tratado en las agendas temáticas. Cómo no, y sin comentario, los apartados de Cultura, Educación, Género, Religión. Aquellos objetivos de acercamiento y diálogo cultural para nada forman parte de las agendas temáticas de estas televisiones. Su presencia en este apartado es mínima.

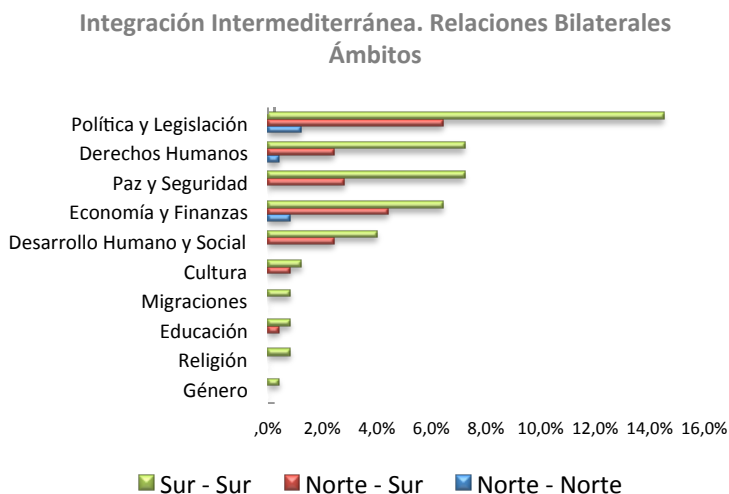
□



En cuanto a los apartados de Política y Legislación, Economía y Finanzas, Paz y Seguridad y Derechos Humanos, ¿Cuáles son los subtemas que se relatan para las Relaciones Bilaterales? Veamos ahora cómo quedan

relacionados estos temas según los resultados reflejados en el siguiente gráfico:

□



Respecto a la Relaciones bilaterales, observamos que los temas que los medios estudiados vinculan con la Integración Intermediterránea tienen un componente fundamentalmente Político, (incluimos aquí también Paz y Seguridad y aspectos de los Derechos Humanos) y Económico, seguido de Desarrollo Humano y muy de lejos el resto de temas. Hay un matiz diferente con las Relaciones multilaterales, donde la Economía ocupa un segundo lugar de importancia para las agendas temáticas.

La relación entre actor institucional y actante narrativo

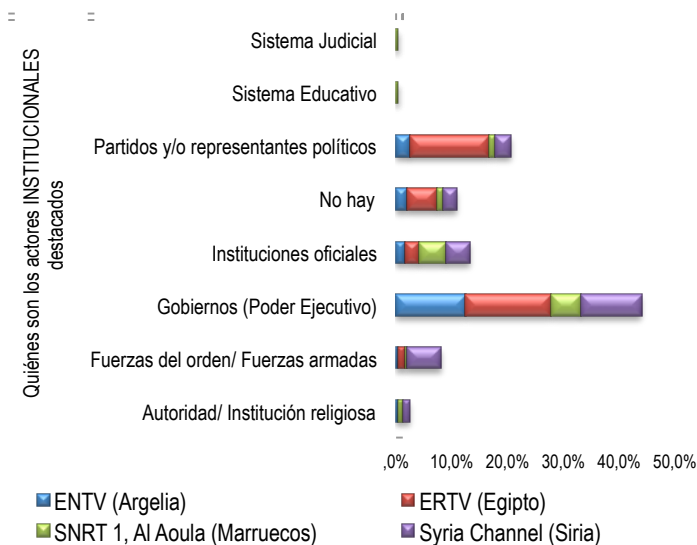
Los apartados más vinculados a los aspecto del tratamiento del mensaje y, por tanto, más dentro de una perspectiva de su discurso, tomar en consideración quiénes son los actores institucionales que aparecen en las noticias y cuál es la función actancial que desempeñan en la misma, es de una notable importancia. Saber cómo los medios de comunicación, en el titular y lead del hecho noticioso, destacan quién desempeña el papel de Sujeto/héroes de la narración periodística o quien el de Traidor/opositor y con qué actor institucional es identificado, son elementos de suma importancia para determinar los estados de opinión que los medios de comunicación contribuyen a crear sobre temas, actores y actantes., creemos que denota la importancia que dichos medios conceden a estas figuras. Desde luego, se parte del tipo de actor institucional, para luego, y siguiendo las normas de la semiótica narrativa, vincular a este actor institucional con la función y el papel en los que el medio les hace actuar.

Estas categorías, para el análisis cuantitativo que presentamos, se aplican, como hemos dicho, al titular y al lead. También hacemos notar que el valor “No hay”, se refiere a aquel otro tipo de Actor etiquetado en nuestro estudio como Social (6,5%), por ejemplo, organizaciones de la sociedad civil y también, Individuos (4,9%), el peso de los cuales es un 10,9%, frente a un 89,1% de actores Institucionales.

Evidentemente, un análisis semiótico y del discurso debe tomar en cuenta toda la unidad de análisis. Sin embargo, ver el peso porcentual que los medios conceden a estas figuras es de un enorme interés. Veamos, entonces, en el gráfico siguiente, resultados referentes al tipo de actor institucional por emisora:

□

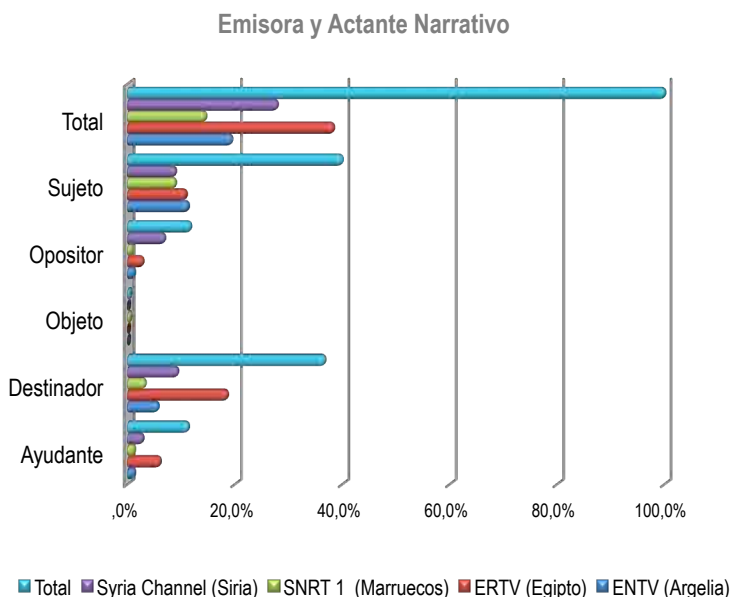
Emisora y Actor Institucional



Los Gobiernos, sus Ejecutivos y los Partidos políticos son los actores institucionales con más presencia en las emisoras objeto de estudio.

A continuació nos interessa presentar resultats percentuals sobre las figuras narrativas. De éstas, tanto el Sujeto (aquel que desea alcanzar algo), como el Destinador (aquel que hace saber algo) son mayoritarios.

□

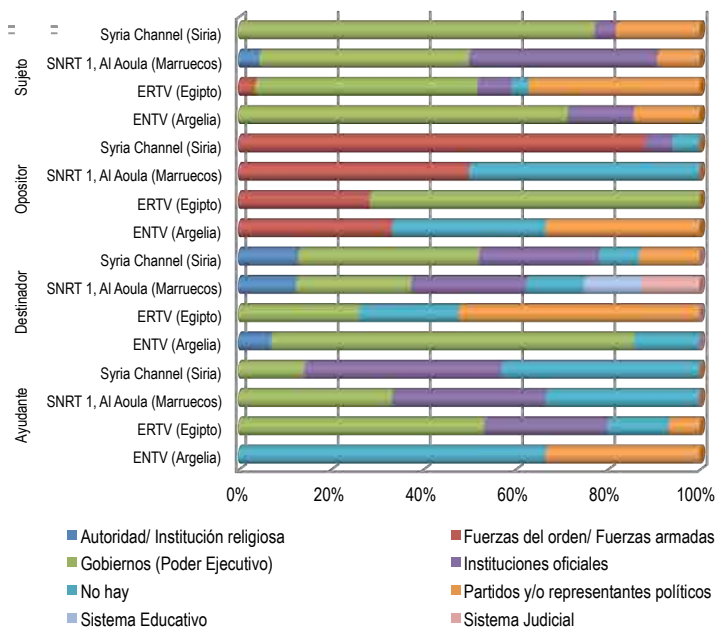


Los resultados globales desde el punto de vista del rol actancial que cumplen las unidades de análisis estudiadas, desempeñan el rol de Sujeto, 39,9%; de Destinador, un 36,7%; seguidos a mucha distancia por la figura del Opositor, un 11,7%; Ayudante, con un 11,3%.

Veamos los resultados agrupados por emisora, actor institucional y función actancial:

□

Emisora, Actor Institucional, Actante Narrativo



Los resultados presentados en el gráfico anterior reafirman el perfil fundamentalmente político vinculado a la información en las televisiones de estos países. La presencia del rol institucional y de la función actancial de Sujeto o de Destinatario representa la mayor parte en porcentaje de la muestra analizada. Quien toma la palabra en estos informativos son, fundamentalmente

los representantes de los gobiernos o los políticos. Indica también el carácter institucional de la que se reviste la información. Los actores sociales y los individuos como protagonistas de los hechos no tienen lugar en la selección de actores y actantes narrativos.

A modo de conclusión

Los resultados expuestos ponen de manifiesto que para los medios analizados, la Integración Inter mediterránea se centra en el caso de las Relaciones Multilaterales y Bilaterales en alguna presencia para las relaciones Norte-Sur y una mayor para las relaciones Sur-Sur. Se vincula este establecimiento de temas a Política y Legislación; Paz y Seguridad; Economía y Finanzas; y Derechos Humanos.

Integración Inter mediterránea y Relaciones Multilaterales

Política y Legislación, los subtemas abordados son Derecho internacional y derechos humanos, con un 4%, Norte-Sur y un 1,2% para Sur-Sur; Políticas multilaterales / bilaterales, con un 6% Norte-Sur; y un 12,9% Sur-Sur. Y, a su vez, los aspectos de Democracia y buena gobernanza; Integridad regional y/o autodeterminación de los pueblos; Liderazgo político responsable; Partidos políticos tienen una mínima o nula presencia en las agendas temáticas de estas televisiones.

En el caso de *Paz y Seguridad*, los subtemas destacados por estas televisiones se concretan en Conflicto armado,

con un 1,2%, Norte-Sur y sin una referencia especial para el mismo tema en las relaciones Sur-Sur; Promoción de la paz y de la convivencia, con un 2,8% Norte-Sur; y un 4,8% para Sur-Sur. Aquellos aspectos vinculados con Conflicto diplomático; Cooperación militar y/o policial; Obstaculización para la paz y la convivencia; y Terrorismo nacionalista / independentista tienen una mínima o nula presencia en las agendas temáticas de estas televisiones.

En cuanto a *Economía y Finanzas*, los subtemas asociados y que cuentan con una presencia en las agendas temáticas son Crisis económica mundial, en la que, para la relación Norte-Sur, se le dedica un 1,6% y una nula presencia en las relaciones Su-Sur, síntoma, tal vez, que en el momento en el que la muestra fue seleccionada, los efectos de la crisis mundial aún no estaban presentes en las agendas de temas; y Recursos naturales y medio ambiente, con un 1,2%. Respecto a las Relaciones Sur-Sur, los subtemas asociados para este apartado se unen a Desarrollo sostenible, con un 1,2%; Integración económica Sur – Sur, con un 2%; y Recursos energéticos, también con un 2%. Estos subtemas no aparecen vinculados a noticias sobre la relación Norte-Sur. Los subtemas Cooperación empresarial/industrial; Infraestructuras y transportes; Pobreza y/o desigualdades económicas; Reformas financieras, fomento de inversiones; o Zona euromediterránea de libre comercio, merecen mínima o nula presencia en este apartado.

Sobre *Derechos Humanos*, encontramos que los subtemas asociados cuentan con presencia en las agendas temáticas. Así, en las Relaciones Norte-Sur, la protección de éstos queda reflejada en un 4,8%, frente a un 4,4% para la violación de los derechos; para el caso de las relaciones Sur-Sur, esta proporción se concreta en un 6% para la protección y un 1,6% para la violación de los derechos. Hacemos notar que cuando en estas televisiones se habla de violación de los Derechos Humanos, nunca se refieren a estos hechos en el propio país, siempre se dan en otro. Por contra, cuando se trata de la protección sí que aparece el propio país como protector de los derechos de ciudadanos de otros países. En nuestra investigación teníamos un especial interés en observar cuánta presencia tenían los Derechos a la Información, Comunicación y Ciberespacio³⁸, en el convencimiento que noticias sobre este asunto serían tomadas en consideración. Encontramos un 38,3% de unidades de análisis que en las que existían referencias a este tipo de Derechos; para los Derechos Civiles y Políticos, la referencia a ellos fue de un 44,4%; para los Económicos Sociales y Culturales y Derechos al desarrollo 44,0% respectivamente.

Respecto a temas como Migraciones, Género, Educación, Cultura o Religión respecto a las Relaciones

³⁸ Creemos de interés mencionar aquí el texto de Olga Del Río, titulado “TIC, Derechos Humanos y desarrollo: nuevos escenarios de la comunicación social” y publicado en el año 2009, en la revista especializada en Comunicación *Anàlisi. Quadern de Comunicació i Cultura*.

Multilaterales, su presencia es absolutamente mínima o, simplemente, nula.

Podemos concluir que los temas que importa dar a conocer se supeditan a aspectos que, si bien son de interés para los países, dejan de lado aquellos otros que más puedan favorecer el desarrollo humano y social de las poblaciones, sus derechos, las sostenibilidad o el medio ambiente, la educación o la cultura.

Integración Inter mediterránea y Relaciones Bilaterales Política y Legislación, los subtemas abordados son Políticas multilaterales / bilaterales, con un 6,0% para la relación Norte-Sur, y un 10,9% para la relación Sur-Sur. En cuanto al subtema Derecho internacional y derechos humanos, éste sólo aparece recogido con un 1,6% en la relación Sur-Sur. También como en el caso de la Relaciones Multilaterales, los aspectos de Democracia y buena gobernanza; Integridad regional y/o autodeterminación de los pueblos; Liderazgo político responsable; Partidos políticos tienen una mínima o nula presencia en las agendas temáticas de estas televisiones.

Para el caso de *Paz y Seguridad*, los subtemas destacados por estas televisiones se concretan en Conflicto armado, con un 1,2%, y Promoción de la paz y de la convivencia con un 5,2% y sólo para las relaciones Sur-Sur. El resto de subtemas como son Conflicto diplomático; Cooperación militar y/o policial; Obstaculización para la paz y la convivencia; y Terrorismo nacionalista / independentista tienen una mínima o nula presencia en las agendas

temáticas de estas televisiones y tampoco se destaca un porcentaje a tomar en consideración respecto a las relaciones Norte-Sur.

Economía y Finanzas los subtemas asociados y que cuentan con una presencia en las agendas temáticas son Crisis económica mundial, con un 1,2% en las relaciones Norte-Norte; y también, con 1,2% Infraestructuras y transportes en relación Sur-Sur. El resto de subtemas como son Recursos naturales y medio ambiente; Desarrollo sostenible; Integración económica; Recursos energéticos; Cooperación empresarial/industrial; Pobreza y/o desigualdades económicas; Reformas financieras, fomento de inversiones; o Zona euromediterránea de libre comercio, merecen mínima o nula presencia en este apartado.

Derechos Humanos, encontramos que los subtemas asociados cuentan con presencia en las agendas temáticas. Así, en las Relaciones Norte-Sur, la protección de éstos queda reflejada en un 1,2%, al igual que la violación, también con un 1,2%; para el caso de las relaciones Sur-Sur, esta proporción se concreta en un 5,2% para la protección y un 2% para la violación de los derechos. Las observaciones realizadas para este tema en las relaciones multilaterales, son igualmente pertinentes para aquí.

Una reflexión final

Los países a los que corresponden las emisoras y muestra seleccionada, forman parte tanto del Proceso

de Barcelona: Unión por el Mediterráneo, como de la Alianza de Civilizaciones. Los resultados obtenidos no nos permiten afirmar que la información en televisión contribuya a “una reflexión conducente a abrir nuevas perspectivas de entendimiento y colaboración” que conduzca a “la consolidación de un orden internacional más justo, la promoción de la democracia, la cohesión nacional y los derechos humanos”³⁹

Si unimos los resultados obtenidos a los ítems Cultura, Educación, Migraciones, la conclusión a la que se llega, en relación a

“... la promoción del diálogo de culturas, la profundización de los valores compartidos y el estudio y tratamiento de las amenazas comunes, el tratamiento adecuado de los flujos migratorios, la profundización de los modelos de integración cultural, la prevención de los fenómenos discriminatorios y de violencia racial o étnica... Las percepciones en los medios de comunicación. Modos y vías de promover un mejor conocimiento exento de prejuicios... La educación como forma de promover el diálogo entre las civilizaciones y prevenir la intolerancia y el conflicto. El intercambio de experiencias universitarias. La educación escolar y los programas y libros de texto” (MAEC Alianza de Civilizaciones, 2005: 6),

nos permitiremos concluir que, por lo observado, aún queda un largo recorrido para alcanzar los objetivos marcados por las diferentes iniciativas internacionales

³⁹ Véase MAEC Alianza de Civilizaciones: 6

que promueven el diálogo entre las culturas y los pueblos del Mediterráneo.

Aún así, creemos que trabajos de esta índole realizados por investigadores de ambas orillas del Mediterráneo y que toman en consideración los medios de comunicación pueden contribuir a una visualización de la actividad profesional y a una toma de conciencia de la importancia de “Las percepciones en los medios de comunicación. Modos y vías de promover un mejor conocimiento exento de prejuicios.”, ya citado.

